



# Asiakaskokemuksen rakentuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Myllykoski, Maija

2016 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Asiakaskokemuksen rakentuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Myllykoski Maija  
Yrittäjyyden ja liiketalouden  
koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2016

Myllykoski Maija

### Asiakaskokemuksen rakentuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Vuosi	2016	Sivumäärä	71
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli ymmärtää asiakaskokemusta ilmiönä ja sitä, miten se rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana. Opinnäytetyön tavoitteena oli lisätä oppilaitoksissa toimivien ja oppilaitosten yhteistyökumppaneiden ymmärrystä paitsi asiakaskokemuksesta ja sen rakentumisesta, myös sen merkitystä oppimiseen, opiskelusetoutumiseen ja yhteistyökumppaneiden hankintaan vaikuttavana tekijänä.

Opinnäytetyöprosessia lähestyttiin tutkimalla asiakaskokemukseen liittyviä affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja fyysisiä tekijöitä sekä niiden muuttumista näyttötutkintoprosessin aikana. Tutkimus toteutettiin yhteistyössä Omnian aikuisopiston, sen opiskelijoiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa.

Opinnäytetyön tietoperustan aiheina olivat ammatillinen koulutus, näyttötutkintojärjestelmä ja asiakaskokemus. Opinnäytetyön tutkimusstrategiana oli tapaustutkimus. Tutkimusmenetelmänä käytettiin laadullista tutkimusta ja tutkimusaineiston keruun menetelmänä käytettiin ryhmäkeskustelua. Tutkimus kirjoitettiin intensiivisenä tapaustutkimuksena. Tutkimusaineistosta laadittiin kahden eri opiskelijan näyttötutkinnon suorittamiseen liittyvät asiakaskokemuskuvaukset. Kuvauksien avulla analysoitiin asiakaskokemuksen rakentumista. Analyysin kohteena olivat asiakaskokemuksen affektiiviset, kognitiiviset, sosiaaliset ja fyysiset ominaisuudet.

Tutkimusanalyysistä nostettiin viisi keskeistä asiakaskokemusta rakentavaa tekijää oppilaitoksen ja sen yhteistyökumppaneiden kehittämiskohteeksi. Nämä kehitettävät asiat olivat: ryhmäytymiseen liittyvät käytännöt, palautteeseen liittyvät käytännöt, opiskelijan tukeminen omien tavoitteiden saavuttamisessa, työssä oppimisen toimintatavat sekä tietoisuus asiakaskokemusten rakentumisesta pieninä asioina.

Tutkimuksesta saatuja tutkimustuloksia voidaan hyödyntää kohdeorganisaatiossa näyttötutkintoprosessin kehittämisessä. Tulokset antavat kehittämiskohteita myös muiden vastaavien oppilaitosten kehittämistyöhön. Tutkimustuloksissa toistui eniten affektiiviset asiakaskokemuksen ominaisuudet, siksi olisikin mielenkiintoista tutkia tarkemmin affektiivisen ominaisuuden rakentumista näyttötutkintoprosessin aikana.

Asiasanat: asiakaskokemus, näyttötutkintojärjestelmä, intensiivinen tapaustutkimus

Myllykoski Maija

### Customer Experience Construction During the Competence-based Qualification Process

Year	2016	Pages	71
------	------	-------	----

The aim of this thesis was to understand customer experience as a phenomenon and how it constructs during the process of the competence-based qualification. The objective of the thesis was to increase the understanding of those who work at educational institutions and of their cooperation partners concerning customer experience and how it constructs, and also of how customer experience influences learning, commitment to studying and the acquisition of cooperation partners.

The starting point was to find out how customer experience is constructed during the process of the competence-based qualification. The thesis process was approached by studying the affective, cognitive, social and physical factors which are related to customer experience and how they change during the process of the competence-based qualification. The study was carried out in cooperation with Omnia Adult Education Centre, its students and partners.

The topics of the knowledge background of this thesis consist of vocational education, the system of the competence-based qualification and customer experience. The study strategy of the thesis was a case study. A qualitative study was used as a research method and group discussion was used as a method of collecting the research material. The study was written as an intensive case study. On the basis of the research data, I drew up descriptions of the customer experience of two students who were taking the competence-based qualification. The descriptions were used to analyse the development of the customer experience. The target of the analysis were the affective, cognitive, social and physical properties of the customer experience.

Based on the research analysis, five central factors affecting the customer experience were identified as subjects of development for the educational institution and its cooperation partners. These matters to be developed were: practices which are related to group dynamics, practices which are related to feedback, supporting the student in reaching their own objectives, practices at the on-the-job training and the awareness of the fact that customer experience consists of small matters.

The results that have been obtained in the study can be utilised in the target organization in developing the process of the competence-based qualification. The results also give development targets for the development of other similar educational institutions. In the research results the affective properties of the customer experience were usually repeated, therefore it would be a further study to study this property during the process of the competence-based qualification.

Keywords: Customer experience, the system of competence-based qualification, intensive case study

## Sisällys

1	Johdanto .....	7
1.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite .....	9
1.2	Tutkimusongelma ja kehittämistehtävä.....	10
1.3	Opinnäytetyön rakenne ja sisältö .....	11
2	Näyttötutkintojärjestelmä tutkimuksen toimintaympäristönä.....	11
2.1	Ammatillinen koulutus Suomessa.....	12
2.2	Näyttötutkintojärjestelmä.....	12
2.3	Yhteenveto tutkimuksen kontekstista .....	15
3	Asiakaskokemus .....	16
3.1	Affektiivisuus asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena .....	19
3.2	Kognitiivisuus asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena .....	21
3.3	Sosiaalisuus asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena.....	22
3.4	Fyysisyys asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena .....	23
4	Tutkimus.....	25
4.1	Tutkimusmenetelmän kuvaus .....	25
4.2	Tutkimusaineiston kerääminen ja analysointi.....	25
4.3	Tutkimustulokset .....	29
4.3.1	Asiakaskokemusten affektiiviset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	30
4.3.2	Asiakaskokemusten kognitiiviset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	33
4.3.3	Asiakaskokemusten sosiaaliset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	35
4.3.4	Asiakaskokemusten fyysiset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	37
4.3.5	Yhteenveto asiakaskokemuksen rakentumiseen liittyvistä tekijöistä ja niiden muuttumisesta näyttötutkintoprosessin aikana .....	39
4.4	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi .....	41
5	Johtopäätökset ja kehittämis ehdotukset .....	42
5.1	Kehittämis ehdotukset .....	43
5.1.1	Ryhmäytymiseen liittyviä käytänteet.....	43
5.1.2	Palautteeseen liittyviä käytänteet .....	44
5.1.3	Opiskelijan tukeminen omien tavoitteiden saavuttamisessa .....	47
5.1.4	Työssä oppimisen toimintatavat .....	48
5.1.5	Tietoisuus asiakaskokemusten rakentumisesta pieninä asioina .....	48
5.2	Työn tavoitteiden saavuttaminen .....	49
5.3	Työn hyödynnettävyys ja käyttökelpoisuus .....	51

5.4	Jatkotutkimusaiheet .....	51
Lähteet	.....	53
Kuviot..	.....	57
Taulukot	.....	58
Liitteet	.....	59

## 1 Johdanto

Kerran erään asiakastapaamisen päätteeksi asiakas vielä halusi kertoa, että kouluttajamme oli esiintynyt rauhattomana tutkintotilaisuudessa ja siten häirinnyt muiden arvioijien ja tutkinnon suorittajan toimintaa. Jäin miettimään tapahtunutta ja työpaikalla jatkoin työkaverini kanssa asiasta keskustelua. Arvelimme, että kouluttaja tai kuka muu meistä tahansa ei aina tule huomanneekseen minkälaisen asiakaskokemuksen voi omalla toiminnallaan asiakkaalleen välittää. Voimme tulla asiakastilanteeseen väsyneenä, kiireisenä, surullisena tai vaikkapa iloisena ja aina meidän päällä oleva tunnetila vaikuttaa siihen, millaisen asiakaskokemuksen asiakkaallemme tarjoamme. Tämän tyyppisiä tilanteita kohdatessani kiinnostuin tutkimaan asiakaskokemusta ja sen rakentumiseen vaikuttavia tekijöitä.

Tätä opinnäytetyötä tehdessäni koin, miten pienistäkin ilmeistä ja eleistä positiivisesti tulkiten voin luoda itselleni voimauttavan asiakaskokemuksen. Mieleeni on jäänyt tämän opinnäytetyöprosessin aikana ohjaavan opettajan kohtaaminen, jossa tulkitsin hänen lyhyestä olan yli kääntyvästä sekunnin murto-osia kestävästä katseesta, että olen menossa työni kanssa oikeaan suuntaan.

Olemme siirtyneet asiakkaan aikakaudelle, jossa kilpailuetu yritysten välillä syntyy asiakaskokemusten avulla. Verraton tuote tai palvelu ei enää tänä päivänä yksinään takaa yritykselle menestystä. Yhä suurempi osa liiketoiminnan tuloksesta syntyy aineettomista asioista - asiakkaan kokemuksista ja niiden tuottamasta lisäarvosta. Menestyminen kilpailussa edellyttää yritykseltä kykyä luoda asiakkaalle arvokas kokemus. Arvokas kokemus on sellainen, jota ei voi kopioida. Se on ihmisten tekemien yksittäisten tulkintojen summa, johon vaikuttavat vahvasti tunteet ja alitajuisesti tehdyt tulkinnat. Yritys ei voi täysin vaikuttaa siihen, millaisen asiakaskokemuksen asiakas muodostaa. Yritys voi kuitenkin valita, millaisia kokemuksia se pyrkii luomaan. (Löytänä & Korteso 2011, 11; Hellman & Värilä 2009, 22–25.)

Asiakaskokemus terminä (eng. Customer experience) yleistyi palveluliiketoiminnan alalla 2000-luvun alussa. Alan uraauurtavat pioneerit olivat tutkijat Pine ja Gilmore, jotka julkaisivat vuonna 1999 teoksen Experience Economy. Kirjassaan he toivat esille kokemusteollisuuden. Tällä he tarkoittivat yrityksen ja asiakkaan kohtaamisissa syntyvää tunteisiin vaikuttavaa ja motivoivaa kokemusta, josta saattaa muodostua kallisarvoisia muistoja osapuolille. (Pine & Gilmore 1999, Ellis & Rossman 2008, 3–4 mukaan.) Tämän jälkeen aihetta ovat käsitelleet lukuisat tutkijat. Suomessa aiheeseen on kiinnostuttu 2010-luvulta lähtien. (Löytänä & Korteso 2011, 11.)

Tutkimuksia asiakaskokemusaiheesta on vielä melko vähän, erityisesti koulutusosalta. Kokonaisvaltaisella asiakaskokemuksella tarkoitetaan Löytänen ja Korteson (2011, 11) mukaan kaikkia niitä kohtaamisia, mielikuvia ja tunteita, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa. He mainitsevat myös, että myönteinen yllättyminen vahvistaa tunnetta. Näin ollen mitä vahvempia tunteita, kohtaamisia ja mielikuvia syntyy, sitä vahvempi ja sitoutuneempi asiakas on.

Aikaisemmat asiakaskokemukseen liittyvät tutkimukset koulutusosalta ovat käsitelleet yliopistossa ja aikuisten ammatillisissa koulutuksissa luokahuoneopetuksessa syntyviä kokemuksia. Tutkimuksen kohteena ovat olleet pelkästään opiskelijat, joten tutkimuksissa on keskitytty kahdenvälisiin asiakaskokemuksien muodostumisiin. Tutkimusaiheina ovat olleet palvelun laatu (Sultan & Wong 2012; Kuo & Ye 2009), opiskelijatytyväisyys (Koris, Örténblad, Kerem & Ojala 2015; Ho, Kuo & Kuo 2014; Kuo & Ye 2009) ja -uskollisuus (Ho, Kuo & Kuo 2014; Erjavec 2013; Kuo & Ye 2009) sekä luokahuoneeseen opiskeluympäristönä liittyvät asiat (Lin, Kuo, Kuo, Kuo, Ho & Lin 2007). Tutkimukset on toteutettu kvantitatiivisina tutkimuksina. Tutkimuksissa on lähtökohtana ollut ennako-oletukset ja niissä on pyritty ratkaisemaan vastaako todellisuus ennako-odotusta. Yhteenveto tutkimuksista on esitetty liitteessä 1.

Aikaisempien tutkimuksien konteksti ei vastaa Suomessa suoritettavan aikuisten ammatillisen koulutuksen kontekstia, sillä meillä koulutustapahtumaan osallistuu oppilaitoksen henkilökunnan lisäksi myös työelämäyhteistyökumppaneita. Tässä opinnäytetyössä tutkin etupäässä aikuisopiskelijan, mutta myös jonkin verran oppilaitoksen henkilökunnan ja sen yhteistyökumppaneiden asiakaskokemuksien rakentumista. Koska Verhoef, Lemon, Parasuraman, Roggeveen, Tsiros ja Schlesinger (2009, 31–41) ovat sanoneet, että asiakaskokemuksen rakentumista palvelutilanteen aikana tulisi tutkia enemmän, pyrkii tämä opinnäytetyö vastaamaan siihen tutkimalla näyttötutkinnon suorittamisen aikana syntyviä asiakaskokemuksia. Verhoef ym. (2009) lisäävät vielä, että asiakas kokee kokemukset subjektiivisesti ja kokonaisvaltaisesti ja että, kokemus rakentuu kognitiivisista, affektiivisista, sosiaalisista ja fyysisistä tekijöistä.

Opinnäytetyön tutkimuksen lähestymistapana käytin laadullista eli kvalitatiivista menetelmää, koska siinä tutkimusanalyysin tavoitteena on jäsentää tutkimuskohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Näkökulmassa korostuu tutkittavan kohteen esiintymisympäristöön ja taustaan, kohteen tarkoitukseen ja merkityksiin tai ilmaisuun ja kieleen liittyvät asiat. Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusaineiston analyysi perustuu aineiston kuvaamiseen ja tulkitsemiseen tilastojen ja numeroiden avulla. Tämä sopii huonosti tutkimukseen, jossa tutkitaan subjektiivista ja kokonaisvaltaisesti syntyvää kokemusta. (Lähdesmäki, Hurme, Koskimaa, Mikkola & Himberg 2012.)



Jo Pine ja Gilmore (1999) väittivät, että selvästi erottuvan asiakaskokemuksen luominen voi tarjota valtavaa taloudellista arvoa liikeyrityksille. Tämän vuoksi asiakaskokemuksen tutkiminen myös koulutusosalalla on nyt ajankohtaista. Ensinnäkin kilpailu oppilaitosten kesken vähenivistä koulutusresursseista kovenee kansallisella tasolla. Ammatillisen peruskoulutuksen tarjontaa mitoitetaan uudelleen työmarkkinoiden pitkän aikavälin tarpeiden perusteella. Opiskelijapaikkojen jaossa otetaan huomioon paitsi alueen työvoimantarve ja opiskelijoiden myöhempi työllistyminen myös oppilaitoksen aikaisempien opiskelijapaikkojen täyttöaste ja koulutuksen järjestäjän vetovoima yhteishaussa. Varsinkin kaksi viimeksi mainittua kriteeriä edellyttävät, että opiskelija on kokenut hyvää asiakaskokemusta opiskelunsa aikana ja voi siten suositella oppilaitosta potentiaalisille uusille opiskelijoille. Lisäksi koulutuksen rahoitusuudistuksen myötä keskeiseksi rahoituksen määräytymisperusteeksi tulee suoritettujen tutkintojen ja tutkintojen osien määrä, mikä edellyttää asiakaskeskeistä opiskelunohjausta ja hyvää opiskelukokemusta koko opiskelun ajan. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2014.)

Toiseksi alkava koulutusvienti maailmalle lisää koulutusvientiyritysten kilpailua sekä kotimaassa että maailmalla. Koulutus- ja opetusala on yksi maailman nopeimmin kasvava toimiala. Koulutusviennille asetetaan suuria odotuksia Suomessa, koska suomalainen koulutusosaaminen kiinnostaa maailmalla. Suomen koulutusvientisektorin odotetaan kasvavan tällä hetkellä nopeasti, sillä eduskunta on purkamassa koulutusviennille olevia esteitä. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.) Koska kasvamassa on uusi, haluttu vientituote, jossa toimijat ovat uuden työn äärellä, saattaa asiakaskokemus huomioimalla syntyä vientituotteesta kestävä.

Kolmanneksi näyttötutkintojärjestelmä aikuisten ammatillisena koulutusjärjestelmänä on ainutlaatuinen maailmassa (Ropponen 2015, 40). Siinä koulutusta hallinnoidaan ja toteutetaan oppilaitoksen ja työelämän kanssa verkostossa, yhdenvertaisesti niin opetuksen kuin arvioinnin aikana (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998). Koska konteksti on ainutlaatuinen, se antaa mahdollisuuden tunnistaa asiakaskokemuksen ominaisuuksia, joita ei ole aikaisemmin tutkimuksissa tullut esiin.

## 1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ymmärtää asiakaskokemusta ilmiönä ja miten se rakentuu näyttötutkintoprosessin eri vaiheiden aikana. Opinnäytetyön tavoitteena on myös lisätä oppilaitoksissa toimivien ja oppilaitosten yhteistyökumppaneiden ymmärrystä paitsi asiakaskokemuksesta ja sen rakentumisesta myös sen merkitystä oppimiseen, opiskelutoutumiseen ja yhteistyökumppaneiden hankintaan vaikuttavana tekijänä.

## 1.2 Tutkimusongelma ja kehittämistehtävä

Opinnäytetyön pääongelma on, miten asiakaskokemus rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana?

Tutkimusongelmaa täsmentäviä tutkimuskysymyksiä ovat seuraavat:

Millaisia affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja fyysisiä ominaisuuksia asiakaskokemuksen rakentumiseen liittyy?

Miten nämä ominaisuudet muuttuvat näyttötutkintoprosessin aikana?

Olen rajannut tutkimuksen koskemaan ammatillisen aikuiskoulutuksen näyttötutkintojärjestelmää, jossa ensisijaisesti tutkin näyttötutkintoa suorittavien opiskelijoiden asiakaskokemusten rakentumista opiskelun kolmen vaiheen aikana eli hakeutumisen, tutkinnon suorittamisen ja tarvittavan ammattitaidon hankkimisen aikana. Toissijaisesti tutkin, miten asiakaskokemus rakentuu kouluttajien, työpaikkaohjaajien, arvioijien ja näistä toiminnoista vastaavien oppilaitoksen esimiesten ja asiantuntijoiden toiminnassa samoissa opiskelun vaiheissa. Toteutin tutkimuksen laadullisena tapaustutkimuksena, koska siinä pyritään ymmärtämään kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Tapaustutkimuksessa tarkastellaan yhtä tai useampaa ”tapausta”. Tässä opinnäytetyössä tarkasteltava tapaus on ilmiö, ja sitä tutkitaan asiakaskokemuskuvauksien kautta. Kuvauksia on kaksi. Erikssonin ja Koistisen mukaan (2014, 4) tutkittavien tapauksien määrittely, analysointi ja ratkaisu on tapaustutkimuksen keskeisin tavoite.

Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat asiakas, asiakaskokemus ja näyttötutkinto. Asiakkaalla tarkoitetaan aikuisopistossa näyttötutkintoa suorittavaa opiskelijaa.

Asiakaskokemuksella tarkoitetaan henkilökohtaista reaktiota, mikä muodostuu asiakkaan ja tuotteen, yrityksen tai organisaation osan välille ja mikä vaatii asiakkaan osallistumista jollakin tasolla. Asiakaskokemus on kohtaamisten summa, mikä muodostuu vuorovaikutustilanteista, käyttötilanteista ja esimerkiksi brändiviestinnästä. (Lemke, Clark & Wilson 2011, 846–869; Brakus, Schmitt & Zarantonello 2009, 52–68; Verhoef ym. 2009, 31–41.) Asiakaskokemuksesta on enemmän kirjoitettu luvussa 3.

Näyttötutkinnolla tarkoitetaan ammattitaidon hankkimistavasta riippumattomia ammatillisia perustutkintoja, ammattitutkintoja ja erikoisammattitutkintoja, jotka suoritetaan osoittamalla ammattitaito tutkintotilaisuuksissa. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998.) Näyttötutkinnosta on enemmän kirjoitettu luvussa 2.

Aineiston keruuta ohjaa jäsentynyt selvitys näyttötutkintojärjestelmästä ja asiakaskokemuksen rakentumisesta. Tutkimus on kohdistunut Omnian aikuisopiston opiskelijoiden ja henkilökunnan sekä oppilaitoksen yhteistyökumppaneiden kokemuksiin, jotka liittyvät näyttötutkinnon suorittamisen kolmeen vaiheeseen: hakeutumiseen, ammattitaidon hankintaan ja tutkinnon suorittamiseen. Näiden vaiheiden tarkastelu kuvaa hyvin koko näyttötutkintojärjestelmän systeemistä toimintaa, sillä tutkimuksessa mukana olevat toimijat edustavan eri organisaatioita ja samalla he toimivat yhteisen päämäärän eteen näyttötutkintojärjestelmässä. Tutkimukseen pyydettiin toimijoita, joilla tiedettiin olevan kokemusta ja tietoa näyttötutkintojärjestelmästä. Tätä Tuomi ja Sarajärvi (2009, 88–89) pitävät keskeisenä laadullisessa tutkimuksessa.

### 1.3 Opinnäytetyön rakenne ja sisältö

Tämä opinnäytetyö jakaantuu viiteen päälukuun. Ensimmäisessä luvussa on johdanto tapaus-tutkimukseen, jossa on kuvattu työn tarkoitus ja tavoite. Toisessa luvussa esitellään opinnäytetyön tutkimuksen konteksti. Kontekstin muodostaa näyttötutkintojärjestelmä, mikä on ammatillisen aikuiskoulutuksen toteutusmuoto. Luvun keskeisinä kohtina ovat ammatillinen koulutus Suomessa ja näyttötutkintojärjestelmä. Luvussa kolme käsitellään opinnäytetyön teoreettinen konteksti, mikä muodostuu asiakaskokemuksesta. Luvussa kuvataan asiakaskokemusta ja sen rakentumiseen liittyviä affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja fyysisiä ominaisuuksia. Neljännessä luvussa käsitellään tutkimuksen toteuttamista sekä sen luotettavuutta. Siinä esitellään tutkimukselle valittu tutkimusstrategia sekä tiedonhankinta- ja analysointimenetelmät. Luvun keskeisenä sisältönä on tutkimuksen toteuttamisen ja tulosten selvittäminen. Tutkimusmenetelmänä käytettiin ryhmäkeskustelua. Tutkimusaineisto analysoitiin kahden eri opiskelijan näyttötutkinnon suorittamiseen liittyvistä asiakaskokemuksista laadittujen kuvauksien avulla. Luku viisi päättää työn ja se sisältää johtopäätökset, kehittämiskohteet ja jatkotutkimusaiheen. Työn lopussa on esitetty käytetyt lähteet, kuviot, taulukot ja liitteet.

## 2 Näyttötutkintojärjestelmä tutkimuksen toimintaympäristönä

Tässä luvussa käyn läpi opinnäytetyön tutkimuksen kontekstin. Kontekstina on ammatillinen koulutus Suomessa ja erityisesti ammatillista aikuiskoulutusta ohjaava näyttötutkintojärjestelmä. Tutkimusongelmaan vastaamisen kannalta on hyvä ymmärtää ammatillisen koulutuksen ja näyttötutkintojärjestelmän luonnetta sekä niiden ominaispiirteitä.

## 2.1 Ammatillinen koulutus Suomessa

Ammatillinen koulutus jakaantuu Suomessa kolmelle eri tasolle; perustutkinto-, ammattitutkinto- ja erikoisammattitutkintotasolle. Perustutkinnot on tarkoitettu alalle hakeutuville henkilöille. Sekä nuoret että aikuiset opiskelevat saman ammatillisen perustutkinnon sillä erotuksella, että aikuisille tarkoitettu koulutus sisältää pelkästään ammatillisia opintoja kun taas nuorilla on lisäksi niin sanottuja yhteisiä tutkinnon osia kuten matematiikkaa ja äidinkieltä. Ammattitutkinnot ja erikoisammattitutkinnot ovat lisä- ja täydennyskoulutusta jo alalla toimiville henkilöille ja ne edellyttävät alan syvällisempää tuntemusta. Näitä tutkintoja on mahdollista suorittaa työuran eri vaiheissa. (Laki ammatillisesta koulutuksesta 630/1998; Opetushallitus 2015a.) Opiskelu tapahtuu paitsi oppilaitoksissa, myös lisääntyvässä määrin työpaikoilla ja verkko-oppimisympäristöissä.

Ammatillinen koulutus on Suomessa luvanvaraista. Koulutukselta edellytetään alueellista työ- ja elinkeinoelämän tarpeisiin vastaamista sekä heidän kanssa yhteistyössä toimimista. Lisäksi edellytetään koulutukseen hakeutuvan henkilön koulutustarpeiden systemaattista selvittämistä ja suunnittelua. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998.)

Valtioneuvosto säätelee lain ja asetuksin koulutusjärjestelmää. Opetus- ja kulttuuriministeriön tehtävänä on toimia toimialan ohjaajana. Opetushallitus toimii opetus- ja kulttuuriministeriön alaisena asiantuntijavirastona. (Lahtinen & Lankinen 2013, 400–405.) Yhteistyössä opetus- ja kulttuuriministeriön sekä opetushallituksen kanssa toimii koulutustoimikuntajärjestelmä, jonka tehtävänä on ensinnäkin edistää koulutuksen ja työelämän vuorovaikutusta, toiseksi seurata, arvioida ja ennakoida oman alan koulutuksen ja työelämässä tarvittavan osaamisen kehitystä sekä kolmanneksi tehdä ehdotuksia oman alan koulutuksen määrällisestä ja laadullisesta kehittämisestä. Koulutustoimikunnat koostuvat alakohtaisesti nimetyistä viranomaisten ja järjestöjen edustajista (Valtioneuvoston asetus koulutustoimikuntajärjestelmästä 882/2010; Opetushallitus 2015b) Näyttötutkintojen järjestämisestä ja valvonnasta vastaavat opetushallituksen yhteydessä toimivat alakohtaiset ja valtakunnallisesti toimivat tutkintotoimikunnat. Ne edustavat työelämästä ja oppilaitoksista koottua kolmikantaa. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998.)

## 2.2 Näyttötutkintojärjestelmä

Aikuisten ammatillinen koulutus muuttui Suomessa näyttötutkintoperusteiseksi vuonna 1994 (Ammattitutkintolaki 306/1994). Tämän seurauksena ammatillisen koulutuksen sekä työ- ja elinkeinoelämän vuorovaikutus on muuntunut systeemisesti toimivaksi yhteistyöksi. Yhteistyö

on vahvaa ja monitahoista sekä ohjausjärjestelmätasolla valtakunnallisesti että toteutustasolla oppilaitoksen toimintaympäristössä. Koulutuksen toteutusta suunnitellaan yhdessä työnantajan kanssa. Työpaikalla tapahtuva oppiminen on tullut entistä tärkeämmäksi osaksi oppimista. Työpaikalla, aidoissa työtehtävissä arvioidaan myös opiskelijan osaaminen. (Lahtinen & Lankinen 2013, 271.)

Näyttötutkintojärjestelmässä on neljä keskeistä periaatetta. Ensinnäkin kolmikantayhteistyö, mikä tarkoittaa työnantaja- ja työntekijätahojen sekä opettajien tiivistä yhteistoimintaa koulutusjärjestelmän erivaiheissa. Yhteistyössä päätetään tutkintorakenteesta, laaditaan tutkintojen perusteet, toimitaan koulutustoimikunnissa ja tutkintotoimikunnissa sekä suunnitellaan, järjestetään ja arvioidaan näyttötutkintoja. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998; Opetushallitus 2015a.)

Toinen periaate on tutkintojen riippumattomuus ammattitaidon hankkimistavasta, mikä tarkoittaa tutkinnon suorittajan ammattitaidon arviointia sen hankkimistavasta riippumatta. Tutkinnon suorittaja on voinut hankkia ammattitaitonsa oppilaitoksen järjestämässä valmistavassa koulutuksessa, työssä oppien omassa työpaikassaan tai ammattitaidon hankkimista varten haetussa työssä oppimispaikassa työpaikkaohjaajan ohjauksessa tai muulla tavoin tai näiden yhdistelmässä. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998; Opetushallitus 2015a.)

Kolmas periaate on ammattitaidon osoittaminen tutkintotilaisuuksissa tutkinnon tai tutkinnon osan suorittamiseksi. Tämä tarkoittaa, että tutkintotilaisuudet järjestetään yleensä työpaikalla ja ammattitaito näytetään todellisissa työtehtävissä. Arvioijina toimivat kolmikantainen arvioijaryhmä. Tutkintotodistuksen myöntää alan tutkintotoimikunta ja sen allekirjoittaa tutkintotoimikunnan jäsen ja näyttötutkinnon järjestäjän edustaja. Ja neljäs periaate on henkilökohtaistaminen, millä tarkoitetaan tutkinnon suorittajan tämänhetkisen osaamisen selvittämistä sekä suunnitelmaa tarvittavan ammattitaidon hankkimisesta ja tutkinnon suorittamisesta. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998; Opetushallitus 2015a.)

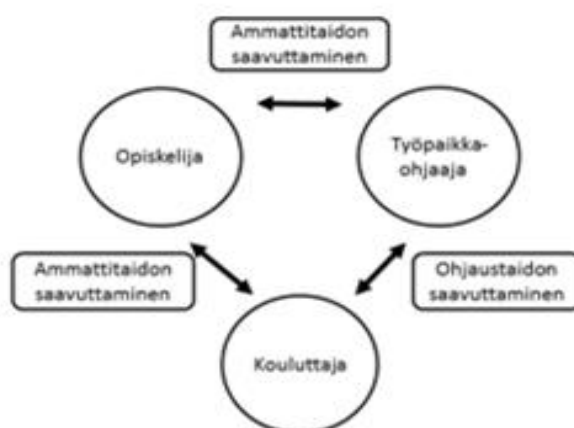
Näyttötutkinnon suorittaminen etenee kolmen vaiheen kautta henkilökohtaistamissuunnitelman mukaisesti. Ensimmäistä vaihetta kutsutaan hakeutumisvaiheeksi, jonka aikana hakija etenee hakuprosessin mukaan oppilaitoksen opiskelijaksi. Hakeutumisvaiheessa opiskelija ensin tutustuu oppilaitoksen koulutustarjontaan, sen jälkeen hän valitsee tutkinnon ja täyttää hakulomakkeen. Seuraavaksi oppilaitos kutsuu opiskelijan valintainfoon, jossa opiskelija saa lisää tietoa kyseessä olevasta tutkinnosta ja erityisesti näyttötutkinnon suorittamistavasta. Valintainfossa opiskelija valitsee itsellensä sopivan henkilökohtaisen haastatteluaajan. Haastattelun avulla oppilaitos selvittää opiskelijan motivaation ja edellytykset suorittaa tutkinnon.

Tämän perusteella se päättää opiskelijan valinnasta opiskelijaksi. Opiskelupaikan vastaanottamisen jälkeen opiskelija tapaa kouluttajan ja mahdollisesti hänen työpaikkaohjaajansa tai työnantajansa. Yhdessä he laativat opiskelijan henkilökohtaistamissuunnitelman. Suunnitelma ohjaa opiskelun etenemisessä. Sitä varten selvitetään opiskelijan aikaisemmin hankittu osaaminen ja tämän hetken osaaminen sekä suunnitellaan tarvittavan ammattitaidon hankintatavat ja aikataulu. Lisäksi selvitetään opiskelun tukitarpeet ja suunnitellaan tutkintosuunnitelmien aikataulu. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998; Opetushallitus 2014, 7–9.)

Toista vaihetta kutsutaan tutkinnon suorittamisen vaiheeksi ja kolmatta vaihetta tarvittavan ammattitaidon hankintavaiheeksi. Nämä vaiheet voivat olla myös päinvastaisessa järjestyksessä. Tutkinnon suorittamisen vaiheella tarkoitetaan niitä tilanteita, joissa opiskelija näyttää suoritettavassa tutkinnossa edellytettävän osaamisensa. Tämä tapahtuu aitoja työelämän tehtäviä tekemällä ja useimmiten työpaikalla, jossa kolmikanta-arvioijaryhmä seuraa opiskelijan toimintaa. Kolmikannan tehtävänä on selvittää opiskelijan osaaminen kussakin tutkinnon osassa vertaamalla opiskelijan ammattitaidon hallintaa tutkinnon perusteiden arviointikriteereihin. Ammattitaidon hankintavaiheessa opiskelija täydentää osaamistaan oppilaitoksen antamalla valmistavalla koulutuksella ja tai työssä oppimisella työpaikalla. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998.)

Näyttötutkintojärjestelmän myötä on oppilaitosten työelämäyhteistyön kehityksen suuntana ollut yhä enemmän systeemistyminen eli tarjoaman monimuotoistuminen. Sama ilmiö on ollut nähtävissä muussakin elinkeinoelämässä. (Vargo & Lusch 2004, 13–15.) Oppilaitoksen toiminta on muuntunut vahvaksi yhteistoiminnaksi työ- ja elinkeinoelämän kanssa. Sen tarjoamat työ- ja elinkeinoelämälle ovat koulutusjärjestelmän ja koulutuksen kehittäminen sekä koulutuksen suunnittelu, toteuttaminen ja arviointi. (Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 631/1998.)

Seuraavaksi kuvaan oppilaitoksen ja työ- ja elinkeinoelämän välistä yhteistyötä. Esimerkkinä on ammattitaidon hankintavaiheesta työssä oppiminen. Näyttötutkintojärjestelmässä tutkinnon perusteiden edellyttämää ammattitaitoa voidaan hankkia tai täydentää työpaikalla työssä oppien. Työpaikalla tapahtuvaa oppimista ohjaa työpaikkaohjaaja, joka on työpaikan edustaja. Työpaikkaohjaajaa ja opiskelijaa sekä kouluttajaa ja opiskelijaa liittyy yhteen tutkinnoissa ja ammatissa tarvittavan ammattitaidon saavuttaminen. Työpaikkaohjaajaa ja kouluttajaa yhdistää työssä oppimisessa tarvittavan ohjaustaidon saavuttaminen. (Opetushallitus 2012, 7–19.) Kuviossa 1 on pyritty havainnollistamaan tätä systeemistä toimintaa.



Kuvio 1: Työssä oppimisen ohjaus osana systeemistä toimintaa (mukaillen Opetushallitus 2012, 7–19).

Tekijäparien välillä tulee olla riittävä voima eli vuorovaikutus, jotta työ eli oppiminen tulee tehdyksi hyvin. Toki tämä edellyttää, että ympäristön suomat edellytykset ovat kunnossa. On siis tunnistettava oppimista sekä ruokkivat että vastustavat voimat. Työssä oppimisen ohjauksessa vastustavia voimia voivat olla puutteellinen ohjausosaaminen, motivaation heikkeneminen tai väsyminen työssä oppimisen ohjaukseen. Kouluttajan on tunnistettava nämä merkit ja osattava tarjota työpaikkaohjaajalle sopivia ”porkkanoita”, joiden avulla työpaikkaohjaaja voi voimaantua uudelleen opiskelijan ohjaukseen. Joskus joko opiskelija tai työpaikkaohjaaja voi alkaa kiirehtimään prosessia, jonka seurauksena toinen osapuoli putoaa keltasta tai heidän välilleen syntyy muuta epäsuopua. Tämän seurauksena erinäisiä sivuvaikutuksia alkaa kertymään yhä enemmän ja työssä oppimisen ohjaus uhkaa heiketä. Näin ollen yhteenvetona oppilaitoksen ja työ- ja elinkeinoelämän välisestä yhteistyöstä työssä oppimisen ohjauksessa voidaan sanoa, että kouluttajan ja työpaikkaohjaajan välinen suhde toimii sitä paremmin, mitä avoimempaa ja mitä kiinteämpää heidän välinen vuorovaikutus on.

### 2.3 Yhteenveto tutkimuksen kontekstista

Ammatillinen aikuiskoulutus toteutetaan näyttötutkintona Suomessa. Järjestelmällä on jo yli 20 vuoden historia ja se on ainutlaatuinen maailmassa. Näyttötutkintojärjestelmän leimaavat ominaisuudet ovat kolmikantayhteistyö koulutuksen jokaisessa vaiheessa, ammattitaidon riippumistavasta hankittu osaaminen, minkä todentaa kolmikantainen arvioijaryhmä työpaikalla todellisissa työtehtävissä sekä henkilökohtaistaminen, millä tarkoitetaan opiskelijan

yksilöllisten opintopolkujen laadintaa. Lisäksi yhteistyö työelämän kanssa on tiivistä, sillä oppiminen tapahtuu pääasiassa työpaikalla omassa työssä tai työpaikkaohjaajan ohjauksessa. Näyttötutkinnon suorittaminen etenee kolmen vaiheen kautta yksilöllisen henkilökohtaistamissuunnitelman mukaisesti.

### 3 Asiakaskokemus

Jo Pine ja Gilmore (1999, Nasermoadeli, Ling & Severi 2012, 130 mukaan) väittivät, että yrityksen tulee luoda unohtumattomia kokemuksia kullekin asiakkaalle ja samalla tuottaa suurempaa taloudellista arvoa yritykselleen. Siksi pelkästään tavaroiden ja palveluja tarjoaminen asiakkaille, ei heidän mukaan ole riittävää eikä kannattavaa. Nyt viime vuosien aikana yrityksissä ja organisaatioissa on alettu ymmärtämään asiakaskokemuksen merkitys kilpailuetua tuovana tekijänä palvelujen tuottamisessa.

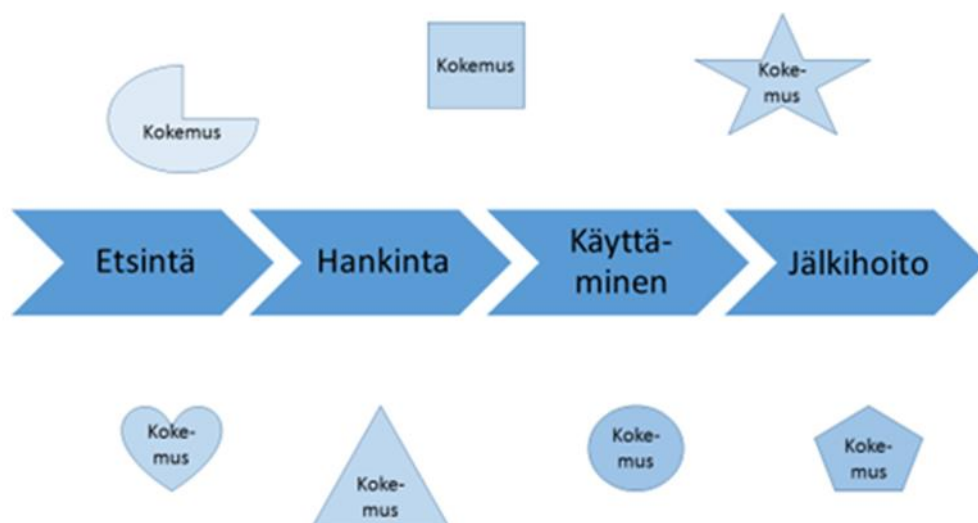
Asiakaskokemuksella ei ole yhteistä määritelmää. Sitä voidaan lähestyä asiakkaan kokemuksesta, reaktiona ja vuorovaikutuksena syntyvänä ilmiönä.

Kun asiakaskokemusta tarkastellaan asiakkaan kokemuksen näkökannalta, tarkoitetaan sillä asiakkaassa herännyttä, yritykseen liittyvää tunnetta, ajatusta tai toimintaa (Schmitt 1999, Verkoefin 2009, 31–41 mukaan). Tämä kokemus on aina henkilökohtainen ja kokonaisvaltaisesti koettu. (Gentile, Spiller & Noci 2007, Verkoefin ym. 2007, 31–41 mukaan).

Kun asiakaskokemus nähdään kokonaisvaltaisena tapahtumana, on hyvä huomata, että asiakaskokemus on muutakin kuin pelkkä kohtaamistilanne. Se on enemmänkin yhdistelmä kokemuksista, joka kehittyy ajan kuluessa. Asiakaskokemus alkaa palvelun tai tuotteen etsinnästä, seuraa ostamiseen ja kuluttamiseen sekä sisältää palvelun tuottamisen jälkihoidon. Koko tämän palvelutapahtuman ajan asiakas rakentaa omaa kokemustaan. Hän saa vaikutuksia kokemuksen rakentumiseen monien eri kanavien kautta. (Verkoef ym. 2009, 31–41.)

Asiakaskokemuksen rakentumista palvelutapahtuman aikana on kuvattu kuviossa 2. Eri kuvioiden avulla on havainnollistettu niitä kanavia, jotka muovaavat asiakkaan kokemusta palvelutapahtuman aikana. Nämä kuviot symboloivat muun muassa ihmisiä, rakennuksia, järjestelmiä, tunnekokemuksia, tietoa.





Kuvio 2: Asiakaskokemuksen kokonaisvaltainen rakentuminen palvelutapahtuman aikana (mukaillu Verkoef ym. 2009, 31–41).

Asiakaskokemusta voidaan tarkastella myös asiakkaan reaktion näkökannalta. Asiakkaan reaktio on asiakkaan sisäinen ja subjektiivinen reaktio, kun hän on joko suorassa tai epäsuorassa kosketuksessa yrityksen kanssa. Suorakosketus tapahtuu palveluun tutustuessa, ostotilanteessa ja sen käytössä. Asiakas on tavallisesti itse aloitteentekijänä. Epäsuorakosketus useimmiten käsittää suunnittelemattomia kohtaamisia yrityksen tuotteiden, edustajien, palvelun tai brändin kanssa ja ilmenee suusta suuhun suosituksina tai kritiikkinä, mainontana tai arvosteluina. (Meyer & Schwager 2007, Verkoef ym. 2009, 31–41 mukaan.)

Asiakkaan reaktio samaan palveluun, esimerkiksi elokuvaan voi olla tunteellinen kokemus yhdelle asiakkaalle, toiselle se voi olla oppimiskokemus ja kolmannelle ikävystyttävä kokemus. Addisin ja Holbrookin (2001, 50–66) mukaan asiakaskokemuksen subjektiivinen luonne vaikuttaa kokemukseen enemmän kuin mikään muu, sillä vuorovaikutuksen aikana subjektiivinen havainto usein muovailee kohdetta ja syntyvää asiakaskokemusta.

Asiakaskokemusta voidaan tarkastella myös vuorovaikutuksen näkökulmasta, joita asiakas kokee ollessaan palvelutilanteessa yrityksen kanssa. Edvardssonin, Enquistin ja Johnstonin (2010, 312–327) mukaan vuorovaikutustilanteita syntyy asiakkaan asioidessa henkilökohtaisesti palveluorganisaation ja sen asiakaspalveluhenkilökunnan, laitteiden tai teknologian kanssa. Verkoef ym. (2007, 31–41) täsmentävät, että asiakkaan kokemukset muodostuvat kognitiivisesta, affektiivisista, sosiaalisista ja fyysisistä elementeistä, joita asiakas kokee

asioidessaan yrityksessä. Osa näistä elementeistä on yrityksen hallittavissa kuten miten asiakas kohdataan, millainen palveluvalikoima yrityksellä on ja millainen yrityksen hintataso on. Toinen osa elementeistä on yrityksen kontrollin ulkopuolella, joihin se ei voi vaikuttaa kuten muiden asiakkaiden vaikutus palvelutilanteeseen tai asiakkaan oma sen hetkinen tunnetila. Verkoef ym. (2007) korostavat vielä, että palvelutapahtumassa tulee tarkastella kaikkia niitä tilanteita, joita asiakas kokee alkaen palvelun etsinnästä ja päättyen palvelun kulutuksen jälkeiseen tilaan.

Alla olevassa taulukossa 1 on esitetty esimerkinomaisesti vähittäiskauppaympäristössä esiintyvät asiakaskokemuksen osa-alueet, joiden kautta asiakas saa kokemuksia.

Sosiaalinen ympäristö: henkilöstö, viiteryhmä ym.	A S I A K A S K O K E M U S
Palvelun rajapinnat: asiakaspalvelijat, teknologiajärjestelmät ym.	
Asiointiympäristö: sisustus, tuoksut, lämpötila, musiikki	
Valikoima: laatu, yksilöllisyys	
Hinta: kanta-asiakasohjelmat	
Asiakkaan kokemukset vaihtoehtoisissa kanavissa	
Brändi	
Asiakkaan aikaisemmat kokemukset	
Yleiset tilannetekijät: oppilaitoksen tyyppi, sijainti, ilmasto, taloudellinen tilanne, vuodenaika, kilpailu	
Asiakkaaseen liittyvät tekijät: asenteet, sosio-demografiset muuttujat, tavoitteet	

Taulukko 1: Asiakaskokemuksen osa-alueet vähittäiskaupan ympäristössä (mukailtu Verkoef ym. 2009, 31–41).

Asiakaskokemus rakentuu siis useista näkemyksistä, jotka liittyvät eri tieteen aloihin kuten psykologiaan, sosiologiaan, biologiaan, taloustieteeseen ja markkinointiin. Siksi asiakaskokemuskokemukset pysyvät melko epäselvänä rakennelmana epämääräisten rajojen kanssa. (Kotri 2011, 52.) Epäselvyyttä tuo joidenkin näkökohtien ollessa epämääräisiä ja päällekkäisiä

(Kotri 2011, 36–37). Brakus ym. (2009, 54–55) antavat tästä erimerkin väreistä, jotka voivat toimia aisteihin, tunteisiin tai tietoon perustuvana kokemuksen luojana. Tavallisesti värien ajatellaan luovan aistinvaraisia kokemuksia. Väri voi vedota myös tunteisiin kuten punainen väri Coca Colaan tai jouluun. Punaisella värillä on myös liikennekäyttäytymiseen liittyvä tiedollinen ominaisuus kuten liikennevaloissa, se tarkoittaa ajokieltoa tai jarrutusvaloissa vaaraa.

Tämän opinnäytetyön tutkimusaineiston analyysi perustuu Verkoefin ym. (2009, 31–41) näkemykseen asiakokemuksesta, jolla voi olla affektiivinen, kognitiivinen, sosiaalinen ja tai fyysinen ominaisuus. Seuraavissa alaluvuissa on lyhyet kuvaukset edellä mainituista asiakaskokemuksen ominaisuuksista.

### 3.1 Affektiivisuus asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena

Monien tutkijoiden (Bagozzi, Gopinath & Nyer 1999, Kotrin 2011, 41 mukaan) mukaan affektiivisuus on yläkäsite henkisille prosesseille. Se sisältää tunteen, mielialan ja jopa asenteen. Affektiivisuudella tarkoitetaan tunteita ja mielialaa, jotka vaikuttavat reagointiin, havaintoon, kognitioon ja käyttäytymiseen (Zhang & Li 2005, 105). Raja tunteen ja mielialan välille on usein vaikea vetää. Tutkijat (Bagozzi ym. 1999, Kotri 2011) ovat tunnistanee niiden välisiä eroavaisuuksia. Tunne on suhteellisen vahva mutta ohimenevä affektiivinen tila, joka saattaa jopa keskeyttää kognitiivisia prosesseja tai käyttäytymistä. Mieliala taas on suhteellisen lievä, päivittäinen affektiivinen tila, joka ei keskeytä kognitiivisia prosesseja. (Kotri 2011, 42.) Näistä mieliala on pitempikestoisempi ja alempi intensiteetiltään kuin tunne. Tunne on tyypillisesti tahallinen, kun taas mieliala on tahaton. (Bagozzi ym. 1999, Kotrin 2011, 42 mukaan.)

Ensivaikutelma perustuu usein tunteelliselle arvioinnille kognitiivisen pohdinnan sijasta. Tämä tarkoittaa tunteellisen ominaisuuden ratkaisevaa roolia etenkin asiakaskokemuksen alkuvaiheessa. Sen merkitys on todettu vaikuttavan myös myöhempisiin kohtaamisiin. (Pham, Cohen, Pracejus & Hughes 2001, 167–188.)

Berry, Carbone ja Haeckel (2002, 85–89) korostavat tunteisiin vaikuttamisen merkitystä asiakaskokemuksen luojana. Tunteisiin voi vaikuttaa sekä ihmisten että asioiden toiminnalla. Palveluntuottaja voi vaikuttaa eleiden, kommenttien, pukeutumisen ja äänen sävyn välityksellä asiakaskokemukseen. Myös nojatuolin nahkaverhoilun tuntu ja grillissä valmistuvasta lihasta lähtevä ääni ja tuoksu vaikuttavat tunteisiin. Nämä on esimerkkejä tilanteista, jotka oikein toteutettuna tulevat merkityksellisiksi, kun asiakas tekee ostopäätöstänsä.

Tunteet jaotellaan yleensä positiivisiin tai negatiivisiin tunteisiin. Tämä jaottelu tarkoittaa tunteiden abstraktisinta jaottelutapaa ja se samalla jakaa mielipiteitä jaottelusta. (Laros & Steenkamp 2005, 1437–1445.) Siksi Richins (1997, 127–146) on jaotellut tunnetta ilmaisevat sanat 42 positiiviseen ja negatiiviseen ilmaisuun. Tätä jakoa Laros ja Steenkamp (2005, 1437–1445) pitävät yksinkertaisena ja henkilön asenteeseen viittaavana. Mutta koska sanoja on paljon, on Lernerin ja Keltnerin (2001, 145–159) mielestä vaikea havaita sanojen eroja. Ja siksi tieto henkilöiden todellisista tunteista on epätarkka (Bagozzi ym. 1999, Kotrin mukaan 2011, 43).

Eri tunteilla voi olla erilaisia käyttäytymisseurauksia. Huono tuote tai palvelu voi saada aikaan vihantunteita tai surumielisyyttä. Sekä vihaisesta että surullisesta ihmisestä tuntuu siltä, että hänelle on tehty jotakin väärää. Tämä aiheuttaa passiivisuutta ja syrjään vetäytymistä surulliselle ihmiselle, kun taas vihainen henkilö tulee jännittyneemmäksi taistellakseen vihan syytä vastaan (Shaver, Schwartz, Kirson & O’Conner 1987, 1061–1086). Tämän vuoksi monet tutkijat ovat todennet, että on tärkeää tutkia tunteiden eroja (Zeelenberg & Pieters 1999, Lerner & Keltner 2000, Lerner & Keltner 2001, 145–159 mukaan).

Koenig-Lewis ja Palmer (2008, 69–85) ovat havainneet, että ajan kuluessa tunteet, joita palvelun kohtaaminen on herättänyt, lisäävät kykyä ennustaa käyttäytymistarkoitusta. Tutkimuksessaan he havaitsivat, että kuuden kuukauden jälkeen vastaajista suurempi osa muistelee enemmän positiivisia kuin negatiivisia tunteita, verrattuna tunteisiin, joita he olivat ilmaisseet heti palvelukokemuksen jälkeen. Bagozzin ym. (1999, Kotrin 2011, 45 mukaan) mukaan tunteet toimivat myös tietoisena ja alitajuisena valvontamekanismeina tavoitteiden saavuttamisessa. Tavoitteiden saavuttaminen herättää positiivisia tunteita. Negatiiviset tunteet heräävät, kun tavoitteet jäävät saavuttamatta.

Mielihyvä on tunteiden ominaispiirre, joka motivoi ihmisiä subjektiivisesti hyödylliseen käyttäytymiseen. Mielihyvä myös palkitsee käyttäytymisen. Tämän vuoksi Ramirez ja Cabanac (2003, 293–295) esittävät, että tyytymättömyyttä voidaan sietää suuremman mielihyvän toivossa myöhemmin.

Duben ja LeBelin (2003, Kotrin 2011, 48 mukaan) mukaan mielihyvän kokemuksia voidaan jaotella ensinnäkin fyysiseen mielihyvään, jota saadaan aistinvaraisten kokemusten avulla. Toiseksi älylliseen mielihyvään, joka on saatu tiedon tai onnistumisen avulla. Kolmanneksi sosiaaliseen mielihyvään, joka on johdettu vuorovaikutuksista muiden ihmisten kanssa. Ja lopulta neljänneksi tunteelliseen mielihyvään, joka on johdettu kokemuksista, jotka herättävät mielihyvää ja tunteita.

Asiakaskokemuksen tunteellisen ominaisuuden tärkeyttä ei voida ylikorostaa. Käyttäen mielihyvän käsitettä hyväksi, voidaan sanoa, että asiakaskokemuksen muut dimensiot ovat viime kädessä yhdistettyjä tunteisiin ja siten vaikuttavat asiakkaan käyttäytymiseen. (Kotri 2011, 48.)

Laros ja Steenkamp (2005, 1437–1445) tunnistivat tutkimuksessaan neljä positiivista tunnetta (tyytyväisyys, onni, rakas ja ylpeys) ja neljä negatiivista tunnetta (surumielisyys, pelko, viha ja häpeä), jotka antavat heidän mukaan enemmän tietoa henkilön tunteista kuin positiiviset ja negatiiviset tunteet yleensä.

Tunteet ovat siis seurausta asiakaskokemuksesta ja ne myös vaikuttavat asiakaskokemukseen. On tärkeää huomata tunteiden sekä positiivisuutta että negatiivisuutta ruokkiva vaikutus. Eri tutkimukset ovat vahvistaneet, että tunteet, jotka useimmiten johtavat uskollisuuteen ovat: mielihyvä, onni, innostus ja valta-asema. (Richins 1997, 127–146.)

### 3.2 Kognitiivisuus asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena

Asiakaskokemuksen kognitiivinen ominaisuus liittyy asiakkaan havainnointiin, ajatteluun, oppimiseen, ongelmanratkaisutaitoon ja luovuuteen (Mascarenhas, Kesavan & Bernacchi 2006, Gentile ym. 2007, 395–410 mukaan).

Ajattelun lisäksi ihminen luo mielikuvia. Brakusin ym. (2009, 52–68) mukaan ajattelu ja mielikuvittelu tulee nähdä asiakaskokemuksia rakentavina tärkeinä osa-alueina. Tsai (2005, 431–441) painottaa mielikuvittelun aktiivista roolia asiakaskokemuksen havaintoprosessin helpottamisessa, erityisesti nautintoon liittyvän kulutuksen yhteydessä.

Ajan kuluessa kognitiivisten ominaisuuksien vaikutus tyytyväisyyteen lisääntyy ja affektiivisten ominaisuuksien vaikutukset vähenee. Näiden ominaisuuksien välinen ero kasvaa, kun kokemus lisääntyy. (Homburg, Koschate & Hoyer 2006, 21–31.) Tämä johtuu Mascarenhasen ym. (2006, Gentile ym. 2007, 395–410 mukaan) mukaan siitä, että kokemus kehittyy läpi kaikkien kosketuspisteiden ja kohtaamisten vuorovaikutteisen palvelutuotannon ja toimitusprosessin aikana. Meyer ja Schwager (2007, Verkoefin ym. 2009, 31–41 mukaan) katsovat asiaa vieläkin kokonaisvaltaisemmin ja painottavat koko palveluprosessin merkittävyyttä kokemuksen luojana, jossa otetaan huomioon varsinaisen palveluprosessin sekä edeltävä ja seuraava kohtaaminen että aikaisemman palveluprosessit.

Homburgin ym. (2006, 21–31) viittaa Phamin (1998) tutkimukseen, jonka mukaan affektiivisilla tekijöillä on vahva merkitys palveluprosessin alkuvaiheissa, jolloin asiakkailla on vähän

tietoa palvelusta tai kokemus liittyy tuotteeseen. Kognitiivisten ominaisuuksien merkitys lisääntyy ajan kuluessa. Toisin sanoen kun kokemus on uutta ja tuntematonta, tunteet näyttävät näyttävän kriittistä roolia asiakaskokemuksen rakentamisessa. Kun kokemusta keräätty, kognitiiviset ominaisuudet tulevat huomattavammaksi.

Homburgin ym. (2006, 21–31) havaintojen mukaan affektiiviset tekijät ovat erityisen tärkeitä ja olennaisia silloin, kun päätökset perustuvat vähäiseen tietoon eli ne tehdään lyhyen kokemuksen perusteella tai kun tieto ei ole niin selvää. Näissä tilanteissa asiakkaat tulevat epätoennäköisemmin tukeutumaan kognitiiviseen tietoon.

Asiakaskokemusten luonne voi vaikuttaa tyytyväisyyspäätöksiin sekä tärkeyteen hoitaa asiakaskokemuksia. Jos asiakkailla on epäjohdonmukaisia kokemuksia tuotteesta tai palveluista, ovat niiden arvioinnit vähemmän mieluisia ja vähemmän vakaita. Kun pyrkimyksenä on parantaa asiakastyytyväisyyttä ja uskollisuutta, on kriittistä taata, että asiakaskokemukset ovat positiivisia ja johdonmukaisia. (Homburg ym. 2006, 21–31.)

Homburg ym. (2006, 21–31) mukaan kognitiivisten ja affektiivisten kokemusten perusteella kuluttajat voivat ensinnäkin ennakoita tyytyväisyytensä tiettyyn tuotteeseen tai palveluun ja toiseksi tehdä päätöksiään palveluista. He ovat havainneet myös, että aikaisemmin saatu tieto kulutuskokemuksesta, vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyden arviointiin. He korostavat, että on ratkaisevan tärkeää tarjota asiakkaalle johdonmukaisia ja positiivisia kokemuksia, sillä ne luovat vakaiden tyytyväisyyspäätösten kehitykselle.

### 3.3 Sosiaalisuus asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena

Asiakaskokemuksia rakentava sosiaalinen ominaisuus käsittää henkilön ja sosiaalisen kontekstin välisen suhteen. Sosiaalista kanssakäymistä tapahtuu sekä asiakkaiden ja palvelutuottajien välillä että asiakkaiden kesken. Se merkitsee niitä kokemuksia, jotka on yhdessä luotu ja luodaan yhdessä toisten kanssa yhteisen merkityksen kautta. (Battarbee & Koskinen 2005, 5–18.)

Asiakkaat voivat vaikuttaa toisiinsa joko suoraan tai epäsuorasti. Esimerkiksi tungos voi luoda jollekin huolta. Tuntemattomien henkilöiden katsekontakti voidaan kokea kielteisesti. Myös ulkonäkö voidaan kokea pelottavana. Jotkut asiakkaat ovat häiritseviä, toiset asiakkaat taas auttavaisia. Auttavat asiakkaat voivat ohjata kolmatta esimerkiksi oikean paikan löytymisessä. Joku asiakas vaatii huomiota palveluntuottajalta. Samalla tilanne voi koitua toisen asiakkaan eduksi tai haitaksi. Jos asiakas kokee hyötyvänsä toisen asiakkaan asioinnista, on ko-

kemus hänelle positiivinen. Jos asiakas taas kokee siinä tilanteessa odottamista, turhautumista tai oman työnsä häiriötä, muodostuu hänelle negatiivinen kokemus asioinnista. (Verkoef ym. 2009, 31–41.)

Toisen asiakkaan epäsiisti käyttäytyminen esimerkiksi WC:ssä, saattaa tuhota muiden asiakkaiden kokemuksen ja lopulta johtaa toisten asiakkaiden vähäisempään tyytyväisyyteen ja uskollisuuteen yritystä kohtaan. Tätä ongelmaa poistaakseen ovat yritykset esimerkiksi laittaneet toimintaohjeita tiloihin ja kohdentaneet palveluitaan eri asiakasryhmille. (Verkoef ym. 2009, 31–41.)

Asiakkaat voivat myös samaistua tuotteisiin ja palveluihin osoittaakseen yhteisön jäsenyyttä. Siten asiakas voi saada sosiaalista hyväksyntää, yhteyden tunnetta, ihailua ja arvostusta. Tämä tunne riippuu kanssaihminen reaktioista ja asiakkaan omasta tulkinnasta esillä olleessa kokemuksessa. (Kotri 2011, 52.)

Walter, Edvardsson & Öström (2010, 236–258) korostavat asiakkaan ja palveluntuottajan yhteistoiminnan merkitystä palvelun koetun arvon luomisessa ja palvelun kokemisessa. Heidän mukaansa asiakkaan kokema palvelun arvo syntyy jo ennen kokemusta ja sen aikana eikä vain palvelutapahtuman jälkeen. Sosiaaliset tilanteet ovat siis merkityksellisiä ja sosiaaliset vuorovaikutustapahtumat ovat yksilölle olennainen osa kokemusprosessia. Asiakaskokemukset luodaan yhteisöllisesti. Ne ovat täysin tilanteesta riippuvaisia ja kriittisen tärkeitä myönteisten asiakaskokemusten synnyttämisessä. Palveluntuottaja ei voi siis yksipuolisesti kontrolloida kohtaamisessa syntyvää asiakaskokemusta.

Asiakaskokemuksen syntyminen edellyttää vuorovaikutusta ympäristön kanssa. Vuorovaikutukseen liittyy paljon tunteita. Erityisesti yhteisöön kuulumisen tunnetta, jotain joka koetaan yhdessä. Vuorovaikutuksessa on kyse paitsi ihmisten kohtaamisesta, myös tuotteiden ja fyysisen ympäristön kohtaamisesta. (Gupta & Vajic 2000, Kontri 2011, 68–69 mukaan) Vuorovaikutustilanteissa on oma tunnelmansa. Tombsin ja McColl-Kennedyn (2003, 462) mukaan tunnelma voi tarttua ihmisryhmästä toiseen ja olla parhaimmillaan hyvin palkitseva. Hyvä tunnelma kohottaa kokemusta.

### 3.4 Fyysisyys asiakaskokemuksia rakentavana ominaisuutena

Edvardssonin ym. (2010, 312–327) mukaan fyysisellä ympäristöllä on sekä funktionaalinen että sosiaalinen ominaisuus, ja se on asiakaspalvelukokemuksiin vaikuttava tärkeä ominaisuus. Asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa näiden ominaisuuksien kanssa yksitellen ja luovat niille

omat merkitykset ja arvon, jotka ilmaisevat tunteita, ajatuksia, mielikuvitusta ja käyttäytymistä.

Edvardsson ym. (2010, 312–327) tunnistivat fyysisestä ympäristöstä kuusi ominaisuutta, jotka vaikuttavat asiakaskokemuksen rakentumiseen. Neljä ensimmäistä ominaisuutta kuvaavat fyysistä, funktionaalista ympäristöä ja kaksi viimeistä ominaisuutta tapahtuu vuorovaikutuksessa, sosiaalisesti asiakkaan kanssa. Ensinnäkin fyysiset tekijät, joilla tarkoitetaan merkkejä, symboleja, tuotteita ja infrastruktuuria, jossa asiakaskokemus syntyy. Toiseksi aineettomat tekijät, jotka käsittävät mielikuvia, brändimaineen, tarinoita, kulttuurin ja strategian. Kolmanneksi teknologian ja tekniset laitteet, joilla asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa, joko aktiivisesti tai passiivisesti. Neljänneksi asiakkaan sijoittaminen ympäristössä siten, että hänellä on mahdollisuus sosiaaliselle vuorovaikutukselle. Viidenneksi asiakkaan osallistuminen, mikä viittaa asiakkaiden aktiivisiin palveluihin ja tilanteisiin osallistumiseen. Ja kuudenneksi asiakkaiden vuorovaikutus palveluntuottajien kanssa, mikä viittaa vuorovaikutukseen asiakkaiden ja palveluntuottajien välillä.

Yhteenvetona voidaan todeta, että asiakaskokemuksen rakentuminen ajallisen prosessin aikana on moniulotteista. Prosessin aikana painottuvat asiakaskokemuksen ominaisuudet subjektiivisesti ja painottumiseen vaikuttaa myös ympäristössä tapahtuvat muut tekijät. Alla oleva taulukko 2 kuvaa sitä monimutkaisuutta, josta asiakkaan subjektiivinen asiakaskokemus rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana.

Prosessi Ominaisuus	Hakeutuminen	Tutkinnon suorittaminen	Tarvittavan ammattitaidon hankkiminen
Affektiivisuus	→	→	→
Kognitiivisuus	→	→	→
Sosiaalisuus	→	→	→
Fyysisyys	→	→	→

Taulukko 2: Asiakaskokemuksen rakentuminen näyttötutkintoprosessin aikana (mukaillen Kotri 2011, 58).



## 4 Tutkimus

Tämän luvun tarkoitus on kuvata tutkimuksen toteuttaminen. Aluksi kuvaan tutkimusmenetelmän ja perustelen menetelmävalinnan (luku 4.1). Tämän jälkeen käyn läpi tutkimuksessa käytetyt aineistonkeräys- ja analysointitavat (luku 4.2) sekä tutkimuksen tulokset (luku 4.3). Lopuksi arvioin tutkimuksen luotettavuutta (luku 4.4).

### 4.1 Tutkimusmenetelmän kuvaus

Valitsin tapaustutkimuksen opinnäytetyöni tutkimuksen lähestymistavaksi, koska halusin ymmärtää tutkittavan kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkitystä kokonaisvaltaisesti. Erikssonin ja Koistisen (2014, 4) määrittelyn mukaisesti tapaustutkimuksessa ”tarkastellaan yhtä tai useampaa tapausta, joiden määrittely, analysointi ja ratkaisu on tapaustutkimuksen keskeisin tavoite”. Tapauksena voi Staken (1995, 2005, Eriksson & Koistinen 2014, 5 mukaan) mukaan olla jokin rajattu systeemi, jonka tutkija pystyy rajaamaan selvästi muusta kontekstista. Pettigrewin (1997, Eriksson & Koistinen 2014, 6 mukaan) mukaan tapauksena voi tutkia myös ilmiötä tai ajallista prosessia, jonka rajojen määrittäminen on joskus vaikeaa. Tästä voidaan päätellä, että tutkittava tapaus voi olla monenlainen. Erikssonin ja Koistisen (2014, 6) mukaan sen määrittäminen voi tapahtua joko ennen aineiston keruuta tai sen jälkeen.

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen kohteena oli ilmiö. Tutkittavana ilmiönä oli asiakaskokemus, joka rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana. Asiakaskokemusta tutkittiin kahden asiakaskokemuskuvauksen avulla. Asiakkaalla tarkoitettiin opiskelijaa. Tutkimuksen konteksti on näyttötutkintojärjestelmä. Tapahtumaympäristönä oli ammatillinen aikuiskoulutus Suomessa.

### 4.2 Tutkimusaineiston kerääminen ja analysointi

Tutkimusaineiston keräämisessä käytin ryhmäkeskustelumenetelmää, koska Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 48–61) mukaan sen avulla tutkijan on mahdollista selvittää, mitä keskusteluun osallistujat ajattelevat tutkittavasta ilmiöstä.

Keskusteluryhmiä oli kolme ja ryhmässä oli 3–4 osallistujaa. Ne muodostuivat Omnian aikuisopiston opiskelijoista ja henkilökunnasta sekä oppilaitoksen yhteistyökumppaneista. Ryhmien kokoonpanossa pyrin huomioimaan, että osallistujat ensinnäkin edustavat näyttötutkinnolle tyypillistä kolmikantaa, toiseksi ovat aktiivisia toimijoita näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa ja kolmanneksi ovat oman alansa asiantuntijoita. Lisäksi neljänneksi pyrin huomioimaan, että joka ryhmässä oli edustajia sekä oppilaitoksen henkilökunnasta että opiskelijoista tai oppilaitoksen yhteistyökumppaneista. Näin osallistujien ammatillisuus vastasi Valtosen (2011, 88–90) ajatusta siitä, että keskusteluryhmiin on tärkeää valita osallistujia, joilla on ensinnäkin

tietoja ja kokemusta kohteena olevasta teemasta ja toiseksi, että he kykenevät keskustelemaan vuorovaikutuksessa toistensa kanssa annetusta teemasta.

Minulla oli ennestään tiedossa, että keskusteluryhmiin osallistuvat henkilöt tunsivat toisensa työnsä kautta ja tekivät yhteistyötä, mutta eivät olleet lähityökavereita. Myös itse ryhmänvetäjänä, olin lähes kaikille entuudestaan tuttu. Tällöin Koskisen, Alasuutarin ja Peltosen (2005, 125-127) varoitusta negatiivisen ryhmädynamiikan tai valtahierarkian vaikutusta ei tarvinnut pelätä. Nämä tutkijat varoittavat myös liian läheisten ystävien keskustelusta samassa ryhmässä. Heidän mukaan ongelmaksi saattaa muodostua se, että toisensa hyvin tuntevat ihmiset pystyvät arvaamaan mihin toinen puheillaan on menossa. Jälkeenpäin ryhmäkeskustelun aineistoa tutkivan on vaikea analysoida tällaista tutkimusaineistoa.

Alla olevassa taulukossa (Taulukko 3) on esitetty tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden tehtävänimike sekä kokemus tutkittavasta asiasta.

tehtävänimike	kokemus asiasta
Aikuisopiskelija, matkailualan perustutkinto	Kokemusta kahden eri näyttötutkinnon suorittamisesta.
Aikuisopiskelija, liiketalouden perustutkinto	Kokemusta yhden näyttötutkinnon suorittamisesta.
Oppilaitoksen kouluttaja	Kokemusta näyttötutkintotoiminnasta noin 20 vuotta. Palkittu Vuoden kouluttajana.
Oppilaitoksen työpaikkaohjaajakouluttaja	Kokemusta aikuiskoulutuksesta noin 15 vuotta. Palkittu Vuoden kouluttajana.
Oppilaitoksen esimies, toimialapäällikkö	Kokemusta näyttötutkintotoiminnasta noin 5 vuotta.
Oppilaitoksen työpaikkaohjaajakoulutuksen koordinaattori	Kokemusta aikuiskoulutuksesta noin 15 vuotta.
Oppilaitoksen pedagoginen päällikkö	Kokemusta näyttötutkintotoiminnasta noin 20 vuotta.
Työpaikkaohjaaja, vastaava laitoshuoltaja	Kokemusta työpaikkaohjaajana toimimisesta noin 15 vuotta. Palkittu Vuoden työpaikkaohjaajana.
Työntekijäarvioija, lähihoitaja	Kokemusta näyttötutkinnon arvioijan tehtävästä noin 3 vuotta.
Työntekijäarvioija, lähihoitaja	Kokemusta näyttötutkinnon arvioijan tehtävästä noin 5 vuotta.

Taulukko 3: Tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden taustat

Tein oppilaitoksen rehtorin kanssa sopimuksen tutkimuksen toteuttamisesta Omnian aikuisopistossa. Ryhmäkeskusteluun osallistujien kanssa sovin keskustelusta joko kasvatustien tai puhe- ja viestintä. Kolmen henkilön kohdalla olin yhteydessä heidän esimiehiinsä, jotka lupautuivat kysymään alaistaan tutkimukseen. Kaikki tutkimukseen kysytyt henkilöt suostuivat heti keskusteluun mukaan. Suostumisen jälkeen lähetin osallistujille sähköpostin, jossa he saivat tarkempaa ennakkotietoa keskustelun teemoista valmistautumistaan varten. Valtosen mukaan (2009, 223–224) ryhmäkeskustelu tapahtuu vapaamuotoisesti annetusta aiheesta, ja siksi mahdollisuus ennakkovalmistautumiseen on hyväksi. Sähköpostissa kerroin heille myös keitä muita oli tulossa mukaan keskusteluun. Tällä halusin vähentää osallistujien mahdollista jännitystä. (Puusa & Juuti 2011, 76–77.)

Ryhmäkeskustelut toteutettiin helmikuussa 2015. Ensimmäinen keskustelutilaisuus oli 2.2.klo 9-10, toinen 3.2.2015 klo 9-10 ja kolmas 25.2.2015 klo 13-14. Keskustelujen kesto vaihteli 50 - 55 minuuttiin. Keskustelut tapahtuivat oppilaitoksen tiloissa, paitsi kolmas keskustelu tapahtui siihen osallistuvien oppilaitoksen yhteistyökumppaneiden työpaikalla. Keskustelupaikaksi valitsin rauhallisen kokoushuoneen, jossa keskustelu tapahtui pöydän äärellä. Pöydän äärelle kokoontuminen mahdollisti myös keskustelun nauhoituksen kuuluvuuden onnistumisen. Keskustelun nauhoittaminen mahdollistaa sen, että tutkija eli ryhmänvetäjä voi kuunnella uudelleen keskustelun ja löytää keskustelusta uusia sävyjä ja asioita, joita hän ensi kuulemalta ei ehkä ole pannut ollenkaan merkille. (Ruusuvuori & Tiittula 2009, 15.)

Keskustelutilaisuuden alussa kerroin osallistujille, mikä on tilaisuuden tarkoitus. Kerroin, että nauhoitan keskustelun, mutta käytän tietoa vain tutkimustyöhöni. Nauhoitin keskustelun sanelukoneella ja tallensin nauhoitteen henkilökohtaiselle tietokoneelle. Lisäksi kerroin, että tilaisuuden jälkeen he saavat yhteystietoni, jotta heillä on halutessaan mahdollisuus jälkikäteen tarkentaa tai poistaa sanomaansa. Tällä pyrin lisäämään luottamuksellisuutta, mitä Ruusuvuori ja Tiittula (2009, 17) korostavat.

Ryhmäkeskustelujen teemat (Liite 2) juontuivat opinnäytetyön tutkimuskysymyksistä. Ensimmäinen teema vaihteli ryhmän mukaan siten, että 1. ryhmällä se oli: Asiakaskokemus aikuis- koulutuksessa, 2. ryhmällä: Asiakaskokemus työssäoppimisen ohjauksessa ja 3. ryhmällä Asiakaskokemus arvioinnissa. Toinen teema oli kaikille ryhmille sama ja se oli: Oma rooli asiakaskokemuksen muodostumisessa. En halunnut tarkentaa teemoja tarkemmin, sillä Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 48–61) mielestä kaikkein oleellisinta on, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan keskustelu etenee juuri ennakkoon määritettyjen teemojen varassa. Näin tutkittavien ääni tulee kuuluviin. Lisäksi ryhmäkeskusteluissa huomio kiinnittyy osallistujien tulkintoihin asioista ja vuorovaikutuksessa syntyneiden asioiden merkityksiin.

Aluksi esitin kaikille saman lämmittelykysymyksen, jossa kysyin mitä sinulle asiakaskokemus tarkoittaa. Tämän tarkoituksena oli virittää otollinen ilmapiiri tilaisuuteen. Muutoin en osallistunut keskusteluun vaan seurasin sitä aktiivisesti sekä pidin huolta ajasta ja siitä, että kummastakin teemasta keskusteltiin riittävästi. Valtonen (2009, 223–224) korostaa, että ryhmäkeskustelussa ryhmänvetäjän rooli on olla taustalla ja pyrkiä tuomaan tutkimuksen kohteena olevat teemat keskusteluun osallistujien keskusteltaviksi ja kommentoitaviksi. Kukin keskustelu kesti noin tunnin. Yhteensä nauhoitettua materiaalia oli kolme tuntia. Litteroin keskustelut aina saman viikon aikana kirjoittamalla kaikki puhutut sanat ja lauseet ylös.

Tutkimusongelma johdattaa tutkimusaineiston analyysimenetelmän valintaa. Tutkimuskysymykset osoittavat, mitä aineistosta otetaan tutkimusanalyysiin mukaan. (Saaranen–Kauppinen, A., Puusniekka, A., Kuula, A., Rissanen, R. & Karvinen, I. 2009, 76.) Opinnäytetyöni tavoitteena oli ymmärtää asiakaskokemuksen rakentumista näyttötutkintoprosessin aikana. Tämän vuoksi valitsin tutkimusaineiston analyysimenetelmäksi asiakaskokemuskuvauksien kirjoittamisen, jonka avulla pystyin konkretisoimaan asiakaskokemuksen rakentumista näyttötutkintoprosessin aikana.

Tutkimusaineiston analyysivaiheessa huomasin, että ryhmäkeskustelussa mukana oleilla opiskelijoilla ei vielä ollut kattavaa kokemusta kaikista näyttötutkinnon vaiheista. Tämän vuoksi tein tutkimusaineistoa täydentävän lisäkeräyksen marraskuussa 2015. Lisäkeräys koski opiskelijoiden kokemusten täydentämistä hakeutumisvaiheesta, toisesta työssäoppimisjaksosta ja tutkinnon suorittamisen vaiheesta. Olin Marja-opiskelijaan yhteydessä puhelimitse 1.11.2015, jolloin sovimme, että hän täydentää kokemustaan sähköpostitse 4.11.2015 mennessä. Liisa -opiskelijalle soitin 2.11.2015. Hän muisteli kokemuksiaan samantien puuttuvilta osilta. Lisäksi olin yhteydessä kouluttajaan 16.11.2015 ja pyysin häntä täydentämään kokemuksiaan hakeutumisvaiheesta ja tutkinnon suorittamisen vaiheesta. Tämä tapahtui kouluttajan työhuoneessaan.

Aloitin aineiston käsittelyn järjestelemällä kunkin haastattelumateriaalin näyttötutkinnon kolmen vaiheen mukaiseen aikajärjestykseen, koska tutkimuskysymyksessä tarkastellaan asiakaskokemuksen rakentumista näiden kolmen vaiheen aikana. Järjestely-yksikkönä oli puheenvuoro.

Seuraavaksi kirjoitin opiskelijoiden kokemuksista kaksi tapauskuvausta, jotka noudattivat edellä mainittua aikajärjestystä. Tapauskuvaus on tiivistelmä, johon kiteytetään tapauksen olennaisimmat asiat (Saaranen–Kauppinen ym. 2009, 95). Nämä asiakaskokemuskuvaukset kertoivat toinen Marjan ja toinen Liisan opiskelukokemuksista. Lisäsin kuvauksiin myös oppi-

laitoksen henkilökunnan ja yhteistyökumppaneiden huomioita asiakaskokemuksen rakentumiseen liittyvistä asioista sekä alkuperäisiä puheenvuoron pituisia tekstejä. Annoin kuvauksille nimiksi kuvaus Marjan asiakaskokemuksista matkailualan perustutkinnon suorittamisen aikana (Liite 3) ja kuvaus Liisan asiakaskokemuksista liiketalouden perustutkinnon suorittamisen aikana (Liite 4).

Seuraavaksi aloitin asiakaskokemuskuvauksien koodaamisen. Koodaamisen lähtökohtana oli tutkimuskysymys, johon hain vastausta. Saarinen - Kauppinen ym. (2009, 80–81) mukaan koodaamisen tarkoitus on selkiyttää aineistoa ja nostaa tutkimuskysymyksen kannalta oleellisia asioita esiin. He suosittelevat koodaamiseen esimerkiksi värien, numeroiden, kirjaimien, alleviivauksen ja tekstin tummennuksen käyttämistä.

Koodaaminen edellytti asiakaskuvauksien lukemista useampaan kertaan. Koodaamisessa käytin kirjaimia ja fontin väriä. Koodauksen pituus oli yksi tai useampi sana ja sen perusteena oli asiakaskokemuksen ominaisuus. Koodauskirjaimet olivat seuraavat: A affektiivinen ominaisuus, K kognitiivinen ominaisuus, S sosiaalinen ominaisuus ja F fyysinen ominaisuus. Lisäksi muutin fontin väriä siten, että opiskelijoiden kokemuksiin liittyvät sanat koodasin mustalla fontilla ja oppilaitoksen henkilökunnan sekä yhteistyökumppanien kokemuksiin liittyvät sanat koodasin sinisellä fontilla. Värien käyttö auttoi aineiston analysoinnin seuraavissa vaiheissa tunnistamaan, kenen kokemuksesta oli kysymys.

Jatkoi aineiston analysointia jakamalla koodatut sanat asiakaskokemuksen ominaisuuksien mukaan neljään eri taulukkoon (Liitteet 4–7). Taulukoissa opiskelijoihin liittyvät sanat on kirjoitettu mustalla fontilla. Oppilaitoksen henkilökuntaan ja sen yhteistyökumppaneihin liittyvät sanat on kirjoitettu sinisellä. Samanaikaisesti huomioin taulukoinnissa näyttötutkintoprosessin vaiheet. Luin valmiita taulukoita useaan kertaan varmistaakseni taulukoinnin oikeellisuuden. Taulukoinnin oikeellisuutta pyrin tarkistamaan siten, että numeroin opiskelijoiden asiakaskokemuskuvauksista koodatut asiat ja vertasin, että ne kaikki löytyvät taulukkoihin siirrettyjen asioiden joukosta. Taulukoita lukemalla ja katselemalla, alkoivat tutkimuksen tulokset selkiytymään.

#### 4.3 Tutkimustulokset

Alaluvuissa 4.3.1–4.3.4 selvitän liitteissä (Liite 5–Liite 8) ryhmiteltyjen asioiden avulla, millaisia affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja fyysisiä ominaisuuksia tutkimustuloksien mukaan liittyy asiakaskokemuksen rakentumiseen näyttötutkintoprosessin aikana. Tämä on opinnäytetyön tutkimusongelmaa tämentävä ensimmäinen tutkimuskysymys. Lisäksi selvitän miten nämä ominaisuudet muuttuvat näyttötutkintoprosessin aikana, mikä on tutkimusongelmaa

täsmäntävä toinen tutkimuskysymys. Ryhmittelin affektiiviset, kognitiiviset, sosiaaliset ja fyysiset ominaisuudet näyttötutkintoprosessin mukaisesti kolmeen eri vaiheeseen kuitenkin siten, että tarvittavan ammattitaidon hankkimisen vaiheen jaoin kahteen osaan; valmistavaan koulutukseen ja työssäoppimiseen. Tämä sen vuoksi, että näissä mainituissa vaiheissa syntyy asiakaskokemuksia, jotka poikkeavat monelta osin toisistaan.

Jokainen alaluku päättyy yhteenvedokappaleeseen, jossa nostan esiin mielenkiintoisiksi tai yllättäviksi asioiksi kokemiani kokemuksia ja pohdin niiden merkitystä kyseisen asiakaskokemusominaisuuden rakentumista muovaavana tekijänä. Lopuksi yhteenvetoluvussa 4.3.5 koan johtopäätökset yhteen ja pohdin miten asiakaskokemus muodostuu näyttötutkintoprosessin aikana.

#### 4.3.1 Asiakaskokemusten affektiiviset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Asiakaskokemusta rakentavista affektiivisista ominaisuuksista löysin neljä teemaa. Nämä teemat olivat: odotukset ja tavoitteet, sosiaalinen ympäristö, tieto ja yksilöllisyys. Affektiivisten tekijöiden ryhmittely edellä mainittujen teemojen mukaisesti on esitetty liitteessä (Liite 5) olevassa taulukossa. Alla kerrotuissa affektiivisia ominaisuuksia kuvaavissa esimerkeissä on käytetty asiakaskokemuskuvauksissa olevia alkuperäisiä ilmaisuja asiakaskokemuksista.

Hakeutumisvaiheessa opiskelijoiden kokemista affektiivisista ominaisuuksista eniten toistuivat yksilöllisyyteen liittyvät tekijät. Näistä tilanteista opiskelijoiden mieleen olivat jääneet esimerkiksi seuraavat asiat:

Haastattelutilanteessa oli sellainen vaaleatukkainen nainen ja se oli ollut tosi innostunut ja se aina kirjoitti ylös, kun mä sanoin jotain eli siitä oli jäänyt tosi positiivinen kuva.

Koin lievää pettymystä ja mukaan tuli myös epävarmuus - olenko tehnyt oikeat

Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit mainitsivat hakeutumisvaiheessa tiedollisten asioiden painottuvan eniten. Esimerkkinä mainittiin mielikuvat kouluttajista, jotka syntyvät pienistä asioista.

Ammattitaidon hankintavaiheessa valmistavassa koulutuksessa opiskelijoiden kokemuksissa korostuivat yksilöllisyyteen liittyvät asiat asiakaskokemusta rakentavana ominaisuutena. He kertoivat tilanteista esimerkiksi seuraavasti:

Kun tarpeeksi monta kertaa kuulee sanat ”keskeytys, keskeyttämässä” alkaa pakostakin miettimään omaa motivaatiotaan opiskeluun.

Opiskelijoiden kokemuksissa toistuivat myös sosiaaliseen ympäristöön liittyvät asiat kuten oppilaitoksen henkilökunnan kohtaamistilanteet.

Työssä oppimisessa opiskelijoiden kokemukset painottuivat odotuksiin ja tavoitteisiin liittyviin tekijöihin. Opiskelijat kertoivat muun muassa pettymyksestä työtehtävien sisältöön ja ilosta monipuolisesta oppimisesta seuraavasti:

En mä lannistunut siitä ja olen saanut tehtyä kaikki hommani, mutta se on ollut sitten itsestä tosi paljon kiinni, että mä olen sitten nähnyt paljon vaivaa kotonakin.

Pääasia kuitenkin oli, että kokemusta saatiin ulkomailla työskentelystä. Myös toisenlaiseen työ - ja tapakulttuuriin tutustuminen oli tärkeää.

Yksilöllisyyteen liittyvät tekijät korostuivat myös työssä oppimisessa. Näistä esimerkkinä opiskelijat mainitsivat palautteensaaminen. Yksilöllisyyteen liittyviä tekijöitä painottivat myös oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit. He mainitsivat muun muassa seuraavaa:

Kaikki opiskelijat eivät ole yhtä urheita. Joku olis varmaan laittanut hanskat tiskiin, että mä en mene tonne.

Tutkinnon suorittamisen vaiheessa opiskelijoiden kokemuksissa toistuivat odotuksiin ja tavoitteisiin liittyvät tekijät. Näistä opiskelijoiden jännityksen ja pettymyksen kokemuksista ovat esimerkkinä seuraavat:

En jännittänyt niinkään näyttötilaisuutta, vaan sitä miten asiakkaat ottavat vastaan niille tarjotun. Miten pystyn takaamaan viihtyvyyden.

En itse saanut sitä, mitä olisin halunnut.

Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanitkin painottivat odotuksiin ja tavoitteisiin liittyviä tekijöitä. Näistä on esimerkkinä seuraava:

Opettajan tulee varmistaa, että se työympäristö on sellainen, että ne tutkinnon perusteet toteutuvat...Opiskelija ei pääse tutkintotilaisuudesta läpi ja tulee kaikille huonoa kokemusta.

Alla olevassa taulukossa (Taulukko 4) esitetään asiakaskokemusta rakentavien affektiivisten ominaisuuksien muutosta näyttötutkintoprosessin aikana. Taulukossa on havainnollistettu nuolien ja tekstien avulla miten tutkimuksessa esiin nousseet teemat painottuvat prosessin eri vaiheiden aikana. Teemojen valinta perustui teemaan sisältyvien tekijöiden toistuvuuteen. Nuolet kuvaavat prosessin suuntaa. Teksti kertoo kenen kokemuksesta on kysymys.

Prosessi Teemat	Hakeutuminen	Tarvittavan ammattitaidon hankkiminen		Tutkinnon suorittaminen
		Valmistava koulutus	Työssä oppiminen (top)	
<b>Odotukset ja tavoitteet</b>			opiskelijat →	opiskelijat → henkilökunta ja yhteistyökumppanit
<b>Sosiaalinen ympäristö</b>		opiskelijat →		
<b>Tieto</b>	→ henkilökunta ja yhteistyökumppanit			
<b>Yksilöllisyys</b>	opiskelijat →	opiskelijat →	→ henkilökunta ja yhteistyökumppanit	

Taulukko 4: Asiakaskokemusta rakentavien affektiivisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Asiakaskokemuskuvauksissa viitattiin eniten affektiivisiin asiakaskokemusta rakentaviin tekijöihin. Affektiivinen ominaisuus ilmaisee tunnetta ja mielialaa. Kirjallisuuden mukaan tunteeseen perustuvat asiakaskokemusta rakentavat tekijät ovat erityisen tärkeitä asiakaskohtaamisen ensivaiheessa (Pham ym. 2001, 167–188), jolloin päätökset perustuvat vähäiseen tietoon (Homburg ym. 2006 21–31.) Tässä tutkimuksessa tunteeseen perustuvia tekijöitä esiintyi koko näyttötutkintoprosessin aikana.

Tutkimustuloksissa yllättävänä tietona tuli ilmi, että aikuisopiskelija voi hakeutumisvaiheessa olla hyvin tunnelautunut ja odottaa kouluttajan antavan vahvistusta hänen tulevaisuuden koulutussuunnitelmilleen. Jos opiskelija kokee, että ei saa vahvaa vahvistusta tai kannustusta valinnoistaan, jää hänelle päälimmäiseksi pettymyksen tunne hakeutumisvaiheesta. Shaver ym. (1987, 1061–1086) puhuvat koetun tunteen käyttäytymisseuraamuksista. Heidän mukaan pettymys aiheuttaa surumielisyyttä. Surumielinen henkilö on passiivinen. Mielenkiintoista oli myös huomata, että kokemukset syntyvät pienistä asioista. Opiskelija saattaa muistaa hakeutumisvaiheesta innostuneen haastattelijan, vaaleatukkaisen haastattelijan, outoja kysymyksiä tekevän haastattelijan tai hymyilevän vahtimestarin.

Kiinnostavaa oli, että ammattitaidon hankkimisvaiheessa valmistavassa koulutuksessa korostui ryhmän merkitys opiskelun onnistumiseen vaikuttavana tekijänä. Työssä oppimiseen sisältyi yllättävän paljon erilaisia odotuksien ja tavoitteiden täyttymiseen liittyviä tunnereaktioita.



Opiskelijat kertoivat kokeneensa työssä oppimisessa pettymystä, iloa, onnistumista ja pitkäjänteisyyttä. Samaan aikaan oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit kokivat huolta, epävarmuutta ja tietämättömyyttä työssä oppimiseen liittyvistä asioista. Tähän tunneskaalaan saattaa vaikuttaa vähän se, että työssä oppimisessa opiskelija irtautuu oppilaitoksen tiivistä ohjauksesta ja siirtyy työpaikan ohjauksen alaisuuteen, aluksi tuntemattoman työpaikkaohjaajan ohjaukseen.

Huomionarvoista tutkinnon suorittamisen vaiheessa oli, että vaikka opiskelija koki tutkintotilaisuuden jännittävänä tilaisuutena, kohdistui jännitys pelkästään omaan onnistumiseen ja itse tilaisuuteen, ei tutkintosuoritusta arvioiviin henkilöihin. Arvioijat eivät siis itsessään ole jännityksen aiheuttajia, ei ainakaan jännityksen kohteita.

#### 4.3.2 Asiakaskokemusten kognitiiviset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Asiakaskokemusta rakentavista kognitiivisista tekijöistä löysin neljä teemaa. Nämä teemat olivat: informaatio, neuvot, mahdollisuus vaikuttaa ja osaaminen. Kognitiivisten tekijöiden ryhmittely teemojen mukaisesti on esitetty liitteenä (Liite 6) olevassa taulukossa. Alla kerrotuissa kognitiivisia ominaisuuksia kuvaavissa esimerkeissä on käytetty asiakaskokemuskuvauksissa olevia alkuperäisiä ilmaisuja asiakaskokemuksista.

Hakeutumisvaiheessa opiskelijoiden kokemuksissa toistuivat informaatioon liittyvät asiat. Esimerkkinä tästä on seuraava:

Hakeuduin nettisivujen perusteella ja sittenhän mä soitin vielä opinto-ohjaajalle ja sain tosi hyviä neuvoja ja sitten musta oli kiva, että oli se infotilaisuus mikä pidettiin ja missä kerrottiin enemmän mitä koulutus sisältää. Ei se pelkästään lukemalla selviä.

Ammattitaidon hankintavaiheessa valmistavassa koulutuksessa opiskelijan kokemuksissa korostuivat neuvot. Esimerkkinä neuvoista on opettajien auttamishalu. Oppilaitoksen henkilökunnan ja yhteistyökumppaneiden kokemuksissa toistuivat informaatioon liittyvät asiat. Näistä esimerkkinä on seuraava:

Ne oli hyvän tuulisia ja siksi ne jäi mieleen koska tapahtui koko ajan paljon ja tietyllä tavalla ne lähti mukaan.

Työssä oppimisessa opiskelijoiden kokemuksissa korostuivat vaikuttamismahdollisuuksiin ja osaamiseen liittyvät asiat. Vaikuttamismahdollisuuksista mainittiin esimerkiksi aikaisemman kokemuksen hyödyntäminen työssäoppimispaikan valinnassa. Osaamisesta puolestaan mainittiin esimerkiksi seuraavasti:

Ei ainoastaan kenttäaikojen tilausta, myös lentoliput, autovuokraukset, jopa asuntovuokraukset hoidettiin.

Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit painottivat työssä oppimisessa sekä informaatioon että osaamiseen liittyviä asioita. Tästä esimerkkinä ovat seuraavat:

Olen turvallinen ihminen, hän voi lähestyä minua avoimesti, en ala sättiin enkä moittimaan.

Meillä ei ikinä ole ollut näin hyviä opiskelijoita. Tervetuloa takaisin.

Tutkinnon suorittamisvaiheessa opiskelijoiden kokemukset painottuivat informaatioon liittyviin tekijöihin. He mainitsivat muun muassa:

Sain osallistujilta iloiset aplodit päivän päätteeksi.

Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit taas korostivat neuvoihin ja osaamiseen liittyviä tekijöitä. Esimerkki neuvoista on;

Tee niin kuin aina olet tehnyt.

Alla olevassa taulukossa (Taulukko 5) esitetään asiakaskokemusta rakentavien kognitiivisten ominaisuuksien muutosta näyttötutkintoprosessin aikana. Taulukossa on havainnollistettu nuolien ja tekstien avulla miten tutkimuksessa esiin nousseet teemat painottuvat prosessin eri vaiheiden aikana. Teemojen valinta perustui teemaan sisältyvien tekijöiden toistuvuuteen. Nuolet kuvaavat prosessin suuntaa. Teksti kertoo kenen kokemuksesta on kysymys.

Prosessi Teemat	Hakeutuminen	Tarvittavan ammattitaidon hankkiminen		Tutkinnon suorittaminen
		Valmistava koulutus	Työssä oppiminen (top)	
<b>Informaatio</b>	opiskelijat →	→ henkilökunta ja yhteistyökumppanit	→ henkilökunta ja yhteistyökumppanit	opiskelijat →
<b>Neuvot</b>		opiskelijat →		→ henkilökunta ja yhteistyökumppanit
<b>Mahdollisuus vaikuttaa</b>			opiskelijat →	
<b>Osaaminen</b>			opiskelijat → henkilökunta ja yhteistyökumppanit	

Taulukko 5: Asiakaskokemusta rakentavien kognitiivisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Homburg ym. (2006, 21–31) mukaan johdonmukaiset ja positiiviset palvelukokemukset luovat asiakkaassa tyytyväisyyttä ja uskollisuutta. Tutkimustuloksissa kognitiivisia asiakaskokemuksia esiintyi eniten työssä oppimisen kohdalla. Onkin kiinnostavaa, että oppilaitoksen henkilökunta ja sen yhteistyökumppanit korostivat informaation merkitystä juuri työssä oppimisessa. Työssä oppimisen vaiheessa opiskelija on löysässä yhteydessä oppilaitokseen ja siksi tyytyväisyyden ja uskollisuuden kokemusten luominen on tärkeää, jotta opiskelun keskeytyksiä ei pääse syntymään. Tämä toiminta on siis linjassa Homburgin ym. (2006) havainnon kanssa.

Mielenkiintoista on myös, että opiskelijat kokivat työssä oppimisen aikana mahdollisuuden vaikuttaa omaan opiskeluun. Tämä tulisikin huomioida oppilaitoksessa valmistavan koulutuksen aikana. Työssä oppimisessa on vielä huomionarvoista osaamisen korostuminen. Opiskelija oli saanut jo ensimmäisen työssä oppimisjakson aikana kutsun työssäoppimispaikan esimiehiksi. Toisessa kokemuksessa opiskelija kertoo osaamisesta ulkomailla työssäoppimisessa. Tämä antaa luottamusta kansainvälisen työssäoppimisjakson toteuttamiseen sekä kansainvälisillä työmarkkinoilla onnistumiseen.

#### 4.3.3 Asiakaskokemusten sosiaaliset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Asiakaskokemusta rakentavia sosiaalisia tekijöitä ryhmitellessäni, löysin kaksi ryhmittelyä ohjaavaa teemaa. Nämä teemat olivat: oppilaitoksen järjestämät tilaisuudet ja asiakkaiden väliset vuorovaikutustilanteet. Tutkimustuloksista nousevat sosiaaliset tekijät on ryhmitelty teemojen mukaisesti liitteenä (Liite 7) olevaan taulukkoon. Alla kerrotuissa sosiaalisia ominaisuuksia kuvaavissa esimerkeissä on käytetty asiakaskokemuskuvauksissa olevia alkuperäisiä ilmaisuja asiakaskokemuksista.

Hakeutumisvaiheessa sosiaaliset tekijät rakentavat asiakaskokemusta pääosin oppilaitoksen järjestämissä tilaisuuksissa. Opiskelijat mainitsivat näistä tekijöistä esimerkiksi henkilökoh- taistamiskeskustelun. Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit mainitsivat opiskelijakeskustelut.

Ammattitaidon hankintavaiheessa valmistavassa koulutuksessa painottuivat kokemukset, joita esiintyi sekä oppilaitoksen järjestämissä tilaisuuksissa että asiakkaiden välisissä vuorovaikutustilanteissa. Opiskelijoiden antamat esimerkit näistä liittyivät ryhmähenkeen.

Jos ryhmän sisäinen kemia ei toimi, niin sitten se ryhmä hajoaa. Sieltä alkaa mennä oppilaita pois.

Työssä oppimisessa opiskelijat painottivat asiakkaiden välisissä vuorovaikutustilanteissa syntyneitä kokemuksia. He mainitsivat esimerkiksi yhteistyöstä työyhteisössä näin:

Et sitten vaan täytyi mennä jokaisen luo ja ite hakea sitä, mikä olisi pitänyt tulla sieltä.

Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit taas painottivat sekä oppilaitoksen järjestämiä tilaisuuksia että asiakkaiden välisiä vuorovaikutustilanteita sosiaalista asiakaskokemusta rakentavina tilanteina. Oppilaitoksen järjestämistä tilaisuuksista he antoivat esimerkiksi työssä oppimisen pelisääntöihin tutustumisesta. Asiakkaiden vuorovaikutustilanteista taas on esimerkki työpaikkaohjaajan ja opiskelijan ensikohtaamisesta.

Työssä oppimisen kokemus olisi varmasti ollut toisenlainen, jos työpaikkaohjaaja olisi ottanut sinut vastaan kättelemällä, katsonut silmiin, antanut aikaa.

Tutkinnon suorittamisen vaiheessa painottui oppilaitoksen järjestämät tilaisuudet. Näistä esimerkkinä opiskelijat kertoivat kolmikannan arviointikeskustelusta.

Alla olevassa taulukossa (Taulukko 6) esitetään asiakaskokemusta rakentavien sosiaalisten ominaisuuksien muutosta näyttötutkintoprosessin aikana. Taulukossa on havainnollistettu nuolien ja tekstien avulla miten tutkimuksessa esiin nousseet teemat painottuvat prosessin eri vaiheiden aikana. Teemojen valinta perustui teeman sisältävien tekijöiden toistuvuuteen. Nuolet kuvaavat prosessin suuntaa. Teksti kertoo kenen kokemuksesta on kysymys.

Prosessi Teema	Hakeutuminen	Tarvittavan ammattitaidon hankkiminen		Tutkinnon suorittaminen
		Valmistava koulutus	Työssä oppiminen (top)	
Oppilaitoksen järjestämät tilaisuudet	opiskelijat → henkilökunta ja yhteistyökumppanit			opiskelijat →
Asiakkaiden väliset vuorovaikutustaidot		opiskelijat →	opiskelijat → henkilökunta ja yhteistyökumppanit	

Taulukko 6: Asiakaskokemusta rakentavien sosiaalisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Tutkijat (Verkoef ym. 2009, 31–41; Walter ym. 2010, 236–258) korostavat, että asiakaskokemuksia syntyy jo ennen palvelutapahtumaa ja vielä sen jälkeenkin. Tämä todentui tässäkin tutkimuksessa, jossa opiskelijat kertoivat saaneensa ennakotietoa opiskelusta kavereilta ja myöhemmin he vielä kertoivat, että olivat kokeneet opiskelun hyvänä ja siksi olivat suositelleet koulutusta ja oppilaitosta edelleen kavereilleen.

Mielenkiintoista on huomata, että ryhmäytyminen nousee esille niin voimakkaasti opiskelukokemukseen vaikuttavana tekijänä valmistavassa koulutuksessa. Tuloksissa kerrottiin ryhmähengestä, ryhmähengen luomisesta, ryhmän sisäisestä ilmapiiristä, ryhmän sitoutumisesta opiskeluun, ryhmänjäsenten tasavertaisuudesta ja ryhmätöistä. Koska asia mainittiin niin monessa yhteydessä, on se huomion arvoinen asia oppilaitoksen toiminnan kehittämiskohteena.

#### 4.3.4 Asiakaskokemusten fyysiset ominaisuudet ja niiden muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Asiakaskokemusta rakentavista fyysisistä tekijöistä löysin kolme ryhmittelyä ohjaavaa teemaa. Nämä teemat olivat fyysiset tekijät ja tuotteet, teknologia sekä toimintatavat. Tutkimuksessa esiin tulleet fyysiset tekijät on ryhmitelty teemojen mukaisesti liitteessä (Liite 8) olevassa taulukossa. Alla kerrotuissa fyysisiä ominaisuuksia kuvaavissa esimerkeissä on käytetty asiakaskokemuskuvauksissa olevia alkuperäisiä ilmaisuja asiakaskokemuksista.

Hakeutumisvaiheessa opiskelijoiden asiakaskokemusta rakentavista fyysisistä tekijöistä toistuivat fyysiset tekijät ja tuotteet sekä toimintatapoihin liittyvät asiat. Opiskelijat mainitsivat fyysisistä tekijöistä esimerkkinä hakemuksen täyttäminen. Toimintatapoihin liittyvistä asioista he mainitsivat muun muassa vaikuttamismahdollisuuden henkilökohtaistamissuunnitelman laadinnassa.

Oli helppo. Olin itse valinnut valmiiksi tutkinnon osat. Ei ollut hyväksi luettavaa. Käytiin läpi asiakaspalvelukokemusta. Sovittiin kurssit ja suunniteltiin aikataulut.

Ammattitaidon hankintavaiheessa valmistavassa koulutuksessa opiskelijoiden asiakaskokemukset painottuivat myös fyysisiin tekijöihin ja tuotteisiin liittyviin asioihin. Esimerkiksi palautteesta kerrottiin näin:

Kyllä mä olen täällä saanut palautetta vaikka sähköpostilla, että kiitos Liisa tunneista. Vaikka on hän voinut laittaa kaikille muillekin opiskelijoilla, en tiedä. Mutta se on just se, minkä minä sain.

Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit korostivat toimintatapoihin liittyviä asioita. Esimerkkinä näistä on kouluttajan kyky tarttua keskeytysuhan alla olevaan opiskelijaan.

Tämä vaatii kouluttajan hereillä oloa, että osaa sitten tarttua siinä vaiheessa sellaisen henkilöön, ottaa yhteyttä ja antaa neuvoa, yrittää saada takaisin ja kertoa miten sä voit tulla mukaan.

Työssä oppimisessa opiskelijoiden kokemuksissa toistuivat fyysiset tekijät ja tuotteet. Esimerkkinä näistä oli asiakkaiden ja työtehtävien vähäisyys. Oppilaitoksen henkilökunta ja yhteistyökumppanit taas korostivat toimintatapoihin liittyviä asioita. Esimerkkinä näistä ovat työssäoppimispaikan työympäristön varmistaminen ja palautteen kerääminen.

Tutkinnon suorittamisvaiheessa toistuivat fyysiset tekijät ja tuotteet asiakaskokemusta rakentavina asioina. Esimerkkinä näistä on päivätreenin järjestäminen. Oppilaitoksen henkilökunnan ja yhteistyökumppaneiden puheissa toistui puolestaan toimintatapoihin liittyvät asiat. He mainitsivat esimerkiksi, että arvioijat ovat vakiintuneita.

Alla olevassa taulukossa (Taulukko 7) esitetään asiakaskokemusta rakentavien fyysisten ominaisuuksien muutosta näyttötutkintoprosessin aikana. Taulukossa on havainnollistettu nuolien ja tekstien avulla miten tutkimuksessa esiin nousseet teemat painottuvat prosessin eri vaiheiden aikana. Teemojen valinta perustui teeman sisältävien tekijöiden toistuvuuteen. Nuolet kuvaavat prosessin suuntaa. Teksti kertoo kenen kokemuksesta on kysymys.

Prosessi Teemat	Hakeutuminen	Tarvittavan ammattitaidon hankkiminen		Tutkinnon suorittaminen
		Valmistava koulutus	Työssä oppiminen (top)	
<b>Fyysiset tekijät ja tuotteet</b>	opiskelijat →	opiskelijat →	opiskelijat →	opiskelijat →
<b>Teknologia</b>				
<b>Toimintatavat</b>	opiskelijat →	henkilökunta ja yhteistyökumppanit →	henkilökunta ja yhteistyökumppanit →	henkilökunta ja yhteistyökumppanit →

Taulukko 7: Asiakaskokemusta rakentavien fyysisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana

Tutkimustuloksista huomataan, että ne ovat yhdenmukaisia Edvardssonin ym. (2010, 312–327) tekemän huomion kanssa. Edvardssonin ym. (2010) tutkimuksessa on noussut esille, että fyysisillä asiakaskokemusta rakentavilla tekijöillä on sekä funktionaalinen että sosiaalinen ominaisuus. Funktionalisuutta kuvaavat tässä tutkimuksessa fyysiset tekijät ja tuotteet sekä teknologia. Sosiaalisuutta puolestaan kuvaavat toimintatavat. Opiskelijat kokivat runsaasti erilaisia fyysisiin tekijöihin liittyviä kokemuksia samoin kuin toimintatapoihin liittyviä asioita hakeutumisvaiheessa. Tämä onkin luonnollista, koska hakeutumisvaihe on oppilaitoksen liiketoiminnan kannalta tärkeä vaihe. Silloin valitaan ja sitoutetaan opiskelijat tutkinnon suorittamiseen järjestelmällisen prosessin mukaisesti.

Ammattitaidon hankintavaiheessa huomio kiinnittyy palautteeseen. Sekä opiskelijat että oppilaitoksen henkilökunta ja sen yhteistyökumppanit mainitsivat palautteen asiakaskokemusta

rakentavana tekijänä. Palautteella on sekä motivaatiota ylläpitävä, kannustava merkitys että oppimista ja kehittymistä rakentava merkitys. Tämän vuoksi se on yksi oppilaitoksen kehittämiskohde.

Hämmästyttävää on, että opiskelijat antoivat vain vähän teknologiaan liittyviä mainintoja. Ehkäpä tämä kuvaa sitä, että teknologiaa käytetään näyttötutkintoprosessin aikana sopivasti ja sen käyttö on niin luontaista, että se ei ole ensimmäisenä mielessä kokemusta rakentamassa. Tärkeää on myös havaita, että oppilaitoksen henkilökunta ja sen yhteistyökumppanit ovat nostaneet esille monia toimintatapoihin liittyviä asioita ammattitaidon hankintaa ja tutkinnon suorittamista koskevana asiakaskokemusta rakentavina tekijöinä.

#### 4.3.5 Yhteenveto asiakaskokemuksen rakentumiseen liittyvistä tekijöistä ja niiden muuttumisesta näyttötutkintoprosessin aikana

Tässä tutkimuksessa tutkittiin asiakaskokemuksen rakentumista näyttötutkintoprosessin aikana kahden asiakaskokemuskuvauksen avulla. Asiakaskokemuskuvauksien analysoinnissa huomioitiin asiakaskokemuksen rakentumiseen liittyviä affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja fyysisiä ominaisuuksia. Tutkimuksessa havainnoitiin ensisijaisesti opiskelijoiden kokemuksia ja toissijaisesti oppilaitoksen henkilökunnan ja sen yhteistyökumppaneiden kokemuksia. Tutkimuksessa ei huomioitu sitä, oliko asiakaskokemus positiivista tai negatiivista. Tutkimus kohdistui edellä mainittuihin asiakaskokemusta rakentaviin ominaisuuksiin ja niiden muuttumiseen näyttötutkintoprosessin aikana.

Tutkimustuloksissa tuli esille, että sekä opiskelijoiden että oppilaitoksen henkilökunnan ja sen yhteistyökumppaneiden asiakaskokemukset rakentuvat samansuuntaisesti näyttötutkintoprosessin aikana. Hakeutumisvaiheeseen liittyi eniten asiakaskokemusta rakentavia affektiivisia ja fyysisiä ominaisuuksia. Affektiiviset ominaisuudet liittyivät odotuksiin ja tavoiteisiin sekä yksilöllisiin tekijöihin. Fyysiset ominaisuudet liittyivät fyysisiin tekijöihin ja tuotteisiin sekä toimintatapoihin.

Ammattitaidon hankintavaiheessa valmistavan koulutuksen aikana painottuivat niin ikään affektiiviset ja fyysiset ominaisuudet. Affektiivisista ominaisuuksista eniten mainittiin sosiaaliseen ympäristöön ja yksilöllisyyteen liittyviä tekijöitä. Fyysisistä ominaisuuksista mainittiin eniten fyysisiä tekijöitä ja tuotteita. Työssä oppimisessa opiskelijoiden ja oppilaitoksen henkilökunnan ja sen yhteistyökumppaneiden kokemukset jakaantuivat. Kokemukset liittyivät kaikilla affektiivisiin ja kognitiivisiin ominaisuuksiin, mutta oppilaitoksen henkilökunta ja sen yh-

teistyökumppanit korostivat useimmin sosiaaliseen ympäristöön liittyviä tekijöitä (affektiiviset ominaisuudet) ja informaatioon liittyviin tekijöihin (kognitiiviset ominaisuudet). Lisäksi he korostivat fyysisistä ominaisuuksista toimintatapoihin liittyviä tekijöitä.

Tutkinnon suorittamisvaiheessa eniten asiakaskokemusta rakentaa tutkimustulosten mukaan affektiiviset ja kognitiiviset ominaisuudet. Näistä mainittiin odotuksiin ja tavoitteisiin sekä informaatioon liittyviä tekijöitä. Lisäksi oppilaitoksen henkilökunnan ja sen yhteistyökumppaneiden kokemukset rakentuivat fyysisten ominaisuuksien avulla, erityisesti toimintatapoihin liittyvien tekijöiden kautta.

Alla olevan taulukon avulla olen havainnollistanut asiakaskokemuksen rakentumista näyttötutkintoprosessin aikana. Taulukosta nähdään affektiivisten ominaisuuksien vahva esiintyminen koko prosessin aikana. Kognitiivisten ominaisuuksien merkitys kasvaa työssä oppisen ja tutkinnon suorittamisen vaiheissa. Tällöin opiskelijan suhde oppilaitokseen vähenee ja oppilaitoksen yhteistyökumppaneiden rooli vahvistuu. Sosiaaliset tekijät ovat merkittävimpiä tarvittavan ammattitaidon hankintavaiheessa, missä asiakkaiden väliset vuorovaikutustilanteet joko opiskelijaryhmässä tai työyhteisössä ovat merkittäviä. Fyysisten ominaisuuksien merkitys vähenee prosessin edetessä, kuitenkin viimeisessä tutkinnon suorittamisen vaiheessa se nousee.

Hakeutumisen	Ammattitaidon hankkiminen		Tutkinnon suorittaminen
	Valmistava koulutus	Työssä oppiminen	
Affektiiviset tekijät			
Kognitiiviset tekijät			
Sosiaaliset tekijät			
Fyysiset tekijät			



## Taulukko 8: Asiakaskokemuksen rakentuminen näyttötutkintoprosessin aikana

### 4.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena. Tapaustutkimus on yksi laadullisen tutkimuksen lähestymistapa. Eriksson ja Koistinen (2014, 6) korostavat tutkijan roolia tapauksen määrittelyssä. Tapaus on järkevä, kun tutkija on sen perustellut.

Tutkin työssäni ilmiötä tapaustutkimuksen avulla. Tutkimuksessa pyrin kahden asiakaskokemuskuvauksen avulla tulkitsemaan ja tekemään ymmärrettäväksi asiakaskokemusta ilmiönä. Ilmiö todennettiin laatimalla tapauskuvaukset tutkimusaineistosta. Tapauskuvauksia monipuolisesti analysoimalla pyrin selvittämään miten asiakaskokemus rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana. Tavoitteena oli ainutlaatuisen tapauksen tiheä kuvaus, tulkinta ja ymmärtäminen, josta Eriksson ja Koistinen (2014, 18) käyttävät nimitystä intensiivinen tapaustutkimus. Sen tarkoituksena ei Erikssonin ja Koistisen (2014, 18) mukaan ole tehdä tapausta koskevia yleistyksiä, vaan selvittää, millä logiikalla juuri tämä ainutlaatuinen ja erityinen tapaus toimii. Ainutlaatuiseksi tutkimuksen teki ensinnäkin tutkimuksen konteksti, mikä on kansainvälisesti arvostettu suomalainen näyttötutkintojärjestelmä ja toiseksi asiakaskokemuskuvaukset, joiden avulla tutkimus analysoitiin. Tarkoituksena oli tiiviisti kuvata, mitä näyttötutkintoprosessin aikana tapahtuu. Toinen tutkija olisi laatinut toisenlaisia kuvauksia, jonka seurauksena tutkimustulos olisi saattanut olla toinen.

Toteutin tutkimuksen hyvää tutkimuskäytäntöä noudattaen. Kohdeorganisaation rehtorin kanssa tein sopimuksen tutkimuksen toteuttamisesta oppilaitoksessa. Tutkimusaineisto kerättiin ryhmäkeskusteluna, johon osallistuneet henkilöt suostuivat vapaaehtoisesti. Kaikilla tutkimukseen osallistujilla oli myös pitkä kokemus keskusteltavasta asiasta, mikä Valtosen (2011, 88–90) mukaan lisää luotettavuutta. He saivat etukäteen tietoa siitä, mitä tutkimus tulee käsittelemään ja miten se toteutetaan. Heillä oli myös jälkikäteen mahdollisuus tarkentaa lausuntoaan. Tätä Saaranen-Kauppinen ym. (2009, 22) pitävät hyvänä osallistujien perehdytyksenä tutkimukseen.

Tutkimustietojen käsittelyssä kaksi keskeistä käsitettä ovat luottamuksellisuus ja anonymiteetti. (Saaranen-Kauppinen ym. 2009, 23). Korostin luottamuksellisuutta keskustelumateriaalin nauhoittamisen yhteydessä, jolloin kerroin, että nauhoitettua materiaalia käytetään vain tähän tutkimukseen ja materiaali tuhoetaan tutkimuksen valmistuttua. Litteroidessani aineistoa käytin haastateltavista henkilöistä heidän tehtävänimikettä, mitkä jäivät näkyviin myös asiakaskokemuskuvauksiin. Tämä ei täysin täytä anonymiteettia. Toisaalta kohdeorganisaat-

tiossa on useita tai jopa kymmeniä saman tehtävänimikkeen omaavia, joten henkilöiden tunnistaminen ei ole helppoa. Haastattelumateriaalista laadin kaksi kuvausta opiskelijoiden asiakaskokemuksista. Näissä kuvauksissa on opiskelijoiden nimet muutettu.

Tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta pyrin lisäämään kuvaamalla aineiston hankinnan ja analysoinnin mahdollisimman tarkkaan (Luku 4.2 ja 4.3). Tutkimusaineistosta laadittujen asiakaskokemuskuvauksien luotettavuutta pyrin lisäämään käyttämällä niissä keskusteluun osallistuneiden aitoja puheenvuoroja. Samoin tutkimustulosten esittelyssä käytin alkuperäisiä puheenvuoroja esimerkkeinä. Lisäksi olen pyrkinyt lisäämään luotettavuutta opinnäytetyön liitteiden avulla. Työn liitteinä on luettelo aikaisemmista tutkimuksista, asiakaskokemuskuvauksista ja niistä tehdyistä analyyseistä.

## 5 Johtopäätökset ja kehittämis ehdotukset

Tämä opinnäytetyö syntyi kiinnostuksesta tutkia asiakaskokemusta. Asiakaskokemusta suomalaisessa koulutuskontekstissa ei aikaisemmin ollut tutkittu. Tutustuin Verhoef ym. (2009, 31–41) julkaisuun *Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies*. Johtopäätöksissään he sanoivat, että palveluprosessin aikana rakentuvia asiakaskokemuksia tulisi tutkia enemmän. Tartuin aiheeseen ja näin aloin tutkia miten asiakaskokemus rakentuu näyttötutkinnon suorittamisen aikana.

Opinnäytetyön tavoitteena oli ymmärtää asiakaskokemusta ilmiönä ja sitä, miten se rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana. Lisäksi tavoitteena oli lisätä paitsi oppilaitoksissa toimivien ja oppilaitosten yhteistyökumppaneiden ymmärrystä asiakaskokemuksesta ja sen rakentumisesta, myös sen merkitystä oppimiseen, opiskelusitoutumiseen ja yhteistyökumppaneiden hankintaan vaikuttavana tekijänä. Tutkimustehtävänä oli selvittää, miten asiakaskokemus rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana. Sitä lähestyttiin seuraavien kahden täsmentävän tutkimuskysymyksen avulla: millaisia affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja fyysisiä ominaisuuksia asiakaskokemuksen rakentumiseen liittyy ja miten nämä tekijät muuttuvat näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa.

Tutkimusaineiston keräsin ryhmäkeskustelujen avulla. Ryhmäkeskusteluihin osallistui Omnian aikuisopiston opiskelijoita, henkilökuntaa sekä oppilaitoksen yhteistyökumppaneita. Tutkimusaineistosta laadin kaksi opiskelijan asiakaskokemuskuvausta, jotka kuvasivat opiskelijoiden, oppilaitoksen henkilökunnan ja sen yhteistyökumppaneiden asiakaskokemuksien rakentumista näyttötutkintoprosessin aikana. Näiden kuvausten avulla analysoin tutkimusaineiston.

## 5.1 Kehittämisehdotukset

Tutkimustuloksissa esiintyvistä asiakaskokemusta rakentavista tekijöistä nostan kohdeorganisaatiossa ja sen yhteistyökumppaneiden tärkeimpinä kehitettävänä asioina seuraavat: ryhmäytymiseen liittyvät käytänteet, palautteeseen liittyvät käytänteet, opiskelijan tukeminen omien tavoitteiden saavuttamisessa, työssä oppimisen toimintatavat sekä tietoisuus asiakaskokemuksien rakentumisesta pieninä asioina. Kohdeorganisaatiossa olisi hyvä kehittää järjestelmiä, jotka tukevat edellä mainittuja asioita. Järjestelmiä kehittämällä kohdeorganisaatio ja sen yhteistyökumppanit tarjoavat parempia kokemuksia asiakkailleen.

### 5.1.1 Ryhmäytymiseen liittyviä käytänteet

Opiskelijat kokivat ryhmäytymiseen liittyviä kokemuksia ammattitaidon hankintavaiheen valmistavassa koulutuksessa. Ryhmäytyminen koettiin affektiivisena ja sosiaalisina ominaisuutena. Affektiivisina kokemuksina ryhmäytyminen mainittiin sosiaaliseen ympäristöön ja yksilöllisyyteen liittyvänä tekijänä. Sosiaalisena kokemuksena ryhmäytyminen taas mainittiin sekä oppilaitoksen järjestämien tilaisuuksien että asiakkaiden välisien vuorovaikutustilanteiden yhteydessä.

Ryhmäytymiseen liittyvät tekijät on tärkeä nostaa kehittämiskohteeksi, koska ryhmä on ihmisen luonnollinen oppimisympäristö. Opiskelija kokee ryhmän merkitykselliseksi, koska oppimisen prosessit ovat sidoksissa ryhmään. Ryhmän sisäinen dynamiikka on opiskelijoille jopa tärkeämpää kuin oppiminen ja siksi sen hyödyntäminen oppimisprosessissa on keskeistä. (Nikkola 2011,14.)

Ryhmäytymisen tarkoituksena on luottamuksellisen ilmapiirin rakentaminen. Rakentuminen tapahtuu vaiheittain. Alussa ryhmä kaipaa selkeää auktoriteettia, joka laittaa toiminnan käyntiin ja antaa sille suunnan. Vähitellen ryhmäläiset tutustuvat toisiinsa ja hakeutuvat niiden seuraan, joiden kanssa kokevat omaavansa jotakin yhteistä. Ryhmäytymisen edetessä ryhmästä muodostuu aluksi pienempiä ryhmiä ja myöhemmin eheämpi kokonaisuus. Kun ryhmän turvallisuus lisääntyy, uskaltavat ryhmäläiset ilmaista erimielisyyksiäkin ilman kohtuutonta ahdistusta. Ryhmä muotoutuu myös avoimemmaksi ja ottaa paremmin vastaan myös ulkopuolelta tulevia viestejä. Tällöin ryhmäytyminen on edennyt viimeiseen, tuotteliaimpaan vaiheeseen. (Kopakkala 2011, 59–82.)

Ryhmän voima on suunnaton. Se ei täytä vain ryhmään kuulumisen ja hyväksytyksi tulemisen tarvetta, vaan mahdollistaa tehokkaamman toiminnan. Tehokkuus johtaa tuloksiin ja tulokset saavat aikaan tarpeellisen muutoksen. Tämän vuoksi ryhmän toiminnalla on merkitystä. (Kuu-sela 2015,111.)

Ryhmäytymisen tukemiseen on laadittu monia oppaita. Oheisesta linkistä löytyy Etelä-Savon koulutuskuntayhtymän ESR-rahoituksella laadittu Ryhmäyttämisosas, mikä sisältää lukuisia eri tapoja ryhmäyttämiseen.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:f50adBRcw5oJ:www.mastoh-jaus.fi/pdf/Ryhmayttamisopas.pdf+&cd=1&hl=fi&ct=clnk&gl=us>

Ryhmäytymistä tulee tukea koko opiskeluprosessin aikana. Toiminnalliset opetusmenetelmät antavat tähän mahdollisuuden. Jyväskylän yliopiston Koulutuksen tutkimuslaitoksen ylläpitämä peda.net –sivusto antaa monia vinkkejä siihen, miten opetusta suunnittelemalla voi ryhmän voimaa hyödyntää oppimisessa.

<http://www.peda.net/veraaja/projekti/kelpokymppi/eriyttaminen/metodit/toiminnallisuus>

### 5.1.2 Palautteeseen liittyviä käytänteet

Tutkimustuloksissa palaute koettiin tärkeänä asiakaskokemusta rakentavana tekijänä. Palautteeseen liittyviä asiakaskokemusta rakentavia tekijöitä esiintyi koko näyttötutkintoprosessin aikana. Hakeutumisvaiheessa opiskelijoiden kokemukset palautteesta olivat affektiivisia ja ne liittyivät odotuksiin ja tavoitteisiin. Ammattitaidon hankkimisvaiheessa valmistavan koulutuksen aikana opiskelijat kokivat palautteen affektiivisena odotuksiin ja tavoitteisiin liittyvänä tekijänä. Työssä oppimisen aikana opiskelijat kokivat palautteen affektiivisena, jolloin se liittyi yksilöllisiin tekijöihin ja kognitiivisena, jolloin se liittyi neuvoihin. Oppilaitoksen henkilökunta ja sen yhteistyökumppanit liittivät palautteen fyysisenä toimintatapoihin liittyvänä ja kognitiivisena informaatiota antavana tekijänä. Tutkinon suorittamisen vaiheessa opiskelijat kokivat palautteen affektiivisena tietoa antavana tekijänä.

Koska palaute tuli niin monessa kohdassa esille asiakaskokemusta rakentavana tekijänä, ansaitsee se paikkansa kehittämiskohteena. Berlin (2008, 13) on työssään kirjoittanut, että ”palaute on tietoa toiminnassa menestymisestä. Palaute kertoo, miten hyvin tai huonosti työssä on onnistuttu. Palautteen tarkoituksena on kannustaa korkeatasoisiin työsuorituksiin, vahvistaa hyviä työsuorituksia tai korjata väärille raiteille mennyttä toimintaa. Palaute edistää itse-tuntemusta, oppimista ja tarkoituksenmukaista tekemistä.” Palaute siis ohjaa työssä onnistumista ja motivoi parempiin tuloksiin, siksi sen saaminen ja antaminen on tärkeää.

Opiskelija rakentaa ammatillista osaamistaan itsearviointin, vertaispalautteen sekä kouluttajan, työpaikkaohjaajan ja arvioijien antaman palautteen avulla. Seuraavaksi esittelen muutamia palautteen antotapoja (Gynther 2016).

Itsearviointin välineeksi arviointimatriisi. Kouluttaja laatii tutkinnon osittain, koulutusosioittain tai oppimistehtävittäin arviointimatriisin sähköiseen oppimisympäristöön. Matriisi koostuu ristiintaulukosta, jossa toisen akselin muodostavat arvioinnin kohteet ja toisen arviointikriteerit. Arvioinnin kohteet voivat olla esimerkiksi työkokonaisuuksia tai niiden osia ja tehtäväkokonaisuuksia tai niiden osia. Arviointikriteerit laaditaan tutkinnon arviointikriteerien avulla halutuille taitotasolle, esimerkiksi 1-3 tai 1-5. Arviointitaso voi olla myös hyväksytty. Arviointimatriisia voi käyttää hyväksi sekä valmistavassa koulutuksessa että työssä oppimisessa itsearviointin välineenä. Opiskelija voi käyttää matriisia opiskelutavoitteiden suunnitteluun sekä annettujen tehtävien ja tai tutkinnon osien itsearviointiin. Kouluttajalla on mahdollisuus lisätä matriisiin myös sanallista palautetta. Samoin kuin työpaikkaohjaajalla työssä oppimisen osalta.

Vertaisarviointia voi käyttää esimerkiksi osana ryhmätehtäviä, jossa opiskelijat antavat palautetta kirjallisesti ryhmän jäsenille ryhmätehtävässä osallistumisesta sekä tekevät itsearviointin. Itsearviointi ja vertaisarviointi käydään kouluttajan kanssa läpi henkilökohtaisesti. Samalla opiskelija saa kouluttajan arvioinnin. Ryhmätehtävä voi olla kirjallinen tehtävä tai käytännön työtehtävä.

Vertaisarviointia voi käyttää myös tutkintotilaisuuksiin valmistutumisessa niin sanotuissa koenäytöissä joko oppilaitoksessa tai työpaikalla, jos samasta työpaikasta on useampi työntekijä yhtä aikaa opiskelemassa. Oppilaitoksessa järjestetään tilaisuuksia, jossa opiskelija tekee tutkinnon osassa vaadittavia työtehtäviä, osa opiskelijoista seuraa työskentelyä kouluttajan kanssa. Palautekeskustelussa käydään yhdessä läpi itsearviointi, vertaisarviointi ja kouluttajan arviointi. Samalla tavalla voidaan toimia työpaikalla, jossa opiskelijan työskentelyä tulee seuraamaan opiskelijakaveri ja työpaikkaohjaaja.

Valmistavassa koulutuksesta kouluttaja ja työssä oppimisessa työpaikkaohjaaja voivat antaa opiskelijalle palautetta vuorovaikutteisesti henkilökohtaisessa keskustelussa tai puhelimesta. Jos yhteistä aikaa on hankala järjestää, niin palautteen voi antaa kirjallisesti sähköpostissa. Kouluttaja ja työpaikkaohjaaja voi lähettää palautetta myös videokuvana. Tässä palautemuodossa tulee erityisesti huomioida ilmeiden, eleiden ja sanojen yhteisvaikutus.

Ammattitaidon hankinnan vaiheesta kuin muistakin näyttötutkinnon vaiheista oppilaitos kerää järjestelmällisesti palautetta opetushallituksen ohjeistuksen mukaan. Kouluttaja voi kuitenkin kerätä yksittäisistä oppitunneista palautetta opiskelijoita esimerkiksi sähköisen Today'sMeet – ja Padlet –sovelluksien avulla. Sovelluksissa on mahdollisuus etukäteen asettaa kysymyksiä tai jättää kokonaan mahdollisuuden vapaalle sanalle. Palaute annetaan tunnin aikana tai sen

päätyttyä kännykän tai tietokoneen avulla. Palaute kirjoitetaan nimettömänä tai nimimerkillä ja se on kaikkien näkyvillä.

Opiskelija voi antaa työpaikkaohjaajalle näiden kaikkien samojen palauteväylien avulla palautetta työssäoppimisen kokemuksesta.

Palaute kulkee työyhteisössä vertaiselta toiselle samantasoisesti, jolloin kyseessä on ensisijaisesti kehittymisen ja toissijaisesti ohjaamisen näkökulma. Vertaispalautteessa on mahdollisuus laajentaa omaa ja muiden näkemystä. Mahdollisuus on myös auttaa kollegaa oivaltamaan tai ohjata häntä oikealle tielle. Vuorovaikutteisessa työyhteisössä liikkuu paljon vertaispalautetta ja sen avulla on mahdollista yhdessä kehittää asioita ja osaamista, oppia toiselta ja jakaa osaamistaan. (Kupias ym. 2011, 18.)

Esimiehen antamassa palautteessa alaiselleen on kysymyksessä ensisijaisesti ohjaamisen ja toissijaisesti kehittymisen näkökulma. Esimiehen antama palaute ohjaa alaista hänen työssään. Tällöin palautteessa korostuu organisaation antama valta. Esimies voi toimia palautetta antaessaan myös tasavertaisessa asemassa suhteessa alaiseen. Tällöin palautetta voidaan jakaa tasapuolisesti molemmin puolin ja oppia toiselta. Myös itselleen voi antaa palautetta, jossa sisäisesti pohtii omaa toimintaansa, osaamistaan ja siinä kehittymistään (Kupias ym. 2011, 18–19.)

Näyttötutkintoprosessin aikana korostuu vertaisarviointi, jolloin opiskelijat keskenään antavat toisilleen palautetta. Myös valmistavan koulutuksen aikana opiskelija ja kouluttaja voivat antaa vertaispalautetta, varsinkin siinä tilanteessa, että opiskelijalla on aikaisempaa kokemusta asiasta. Opiskelija-arvioinnissa taas kouluttaja on opiskelijaan nähden esimiesasemassa. Työpaikkaohjaaja on esimiesasemassa, kun hän ohjaa opiskelijaa työssä. Tutkintotilaisuudessa arvioijat ovat keskenään tasa-arvoisia ja siksi voivat antaa vertaispalautetta toisilleen. Arviointitilanteessa he ovat opiskelijaan nähden esimiesasemassa.

Yksilö voi antaa palautetta myös organisaatiolle esimerkiksi siitä, miten hyvin hän on kokenut organisaation prosessien toimivan. Tämänkin palautteen tarkoituksena on ohjata antamaan parempia asiakaskokemuksia myöhemmin.

Näyttötutkintoprosessissa myönteisellä palautekulttuurilla on monia etuja. Se tuo turvallisuuden tunnetta, lisää tyytyväisyyttä työtä kohtaan ja nostaa itsetuntoa, koska yksilö kokee arvostusta ja hyväksyntää. Myönteinen palaute lisää myönteistä ajattelua itsestä ja oppimisyhteisön kavereista. Työ sujuu vaivattomasti ja yhteenkuuluvaisuuden tunne oppimisyhteisössä

lisääntyy. Työskentely tuntuu entistä kiinnostavammalta ja se näkyy toiminnassa. Oppimisyhteisön jäsenten välinen kunnioitus ja yhteistyön tunne lisääntyy, koska heidän välillä on luotamusta. Tiimityöskentely on tehokasta, mikä näkyy parantuneena oppimistuloksena ja työsuorituksena. Opiskelijat ja työntekijät sitoutuvat työhönsä, mikä näkyy poissaolojen ja sairauksien vähäisyytenä. (Kupias ym. 2011 17–18.)

### 5.1.3 Opiskelijan tukeminen omien tavoitteiden saavuttamisessa

Tarvittavan ammattitaidon hankintavaiheessa työssä oppimisessa opiskelijan merkittävin kokemus asiakaskokemusta rakentavasta kognitiivisesta ominaisuudesta oli vaikuttamismahdollisuuden liittyvät tekijät.

Opettamista ei yhteiskunnassamme nähdä enää tiedon siirtämisenä vaan oppimisen mahdollistamisena. Konstruktivistisen oppimiskäsityksen mukaan oppiminen nähdään aktiivisena tiedon rakentamisen prosessina. Sen keskeisenä ajatuksena on, että tieto ei siirry vaan opiskelija rakentaa sen itse uudelleen. Oppiminen on opiskelijan oman toiminnan tulosta, johon hän pyrkii omien tavoitteidensa avulla. Siksi kouluttajan tulisi kannustaa opiskelijoita luomaan omia tavoitteita ja pyrkimään niitä kohti. (Rauste-Von Wright, von Wright & Soini 2004)

Omien tavoitteiden asettaminen ja toteuttaminen luovat pohjan kokonaisvaltaiselle hyvinvoinnille. Hyvinvoinnin kannalta on oleellista, että keskeisimmät tavoitteet ovat sopusoinnussa omien pysyvien perusarvojen ja oman kehittymiseen liittyvien toiveiden kanssa. Itselle tärkeisiin tavoitteisiin pyrkiminen ja niiden toteutuminen tuntuvat hyvältä. Se vaikuttaa myönteisesti jokapäiväiseen elämään ja hyvinvointiin, sillä onnistuttuaan tärkeän tavoitteen saavuttamisessa ihminen kokee itsensä kyvykkääksi myös muissa arkipäivän askareissa. (Moilanen & Varis 2001, 13.)

Opiskelutavoitteiden asettamisessa on pitkän tähtäimen tavoitteina tutkinnon suorittaminen. Tavoite saavutetaan välitavoitteiden avulla, jotka ovat tutkinnon osien suorittaminen. Välitavoitteena voi olla myös osa tutkinnon osasta eli koulutusosion suorittaminen. Tavoitteeseen pääseminen edellyttää toimintasuunnitelman laatimista tavoitteisiin pääsemisestä. Ensimmäisenä tulee tehdä ajankäytön suunnitelma. Suunnitelmassa opiskelija päättää viikottasolla milloin opiskelee, kuukausitasolla milloin suorittaa työssä oppimisen ja tutkintosuoritukset. Kuukausitason tavoitteet tarkentuvat ajankohdan lähestyessä. Toinen suunnitelma koskee opiskeluun sitoutumista. Siinä opiskelija sitoutuu osallistumaan valmistavaan koulutukseen ja tekemään siihen liittyvät tehtävät, osallistumaan työssä oppimiseen ja tekemään siihen liittyvät suunnitelmat sekä osallistumaan tutkintotilaisuuksiin ja tekemällä siihen liittyvät tehtävät.

Kolmantena suunnitelmana on miettiä, mitkä ovat ne kriittiset pisteet, jotka voivat estää tavoitteisiin pääsemistä ja mitä tekemällä tai kehen ottamalla yhteyttä voi ratkaista ongelman. Opiskelutavoitteiden asettelu on esitetty liitteessä 8. (Moilanen & Varis 2001, 61–63.)

#### 5.1.4 Työssä oppimisen toimintatavat

Ammattitaidonhankintavaiheessa työssä oppimiseen liittyvät toimintatavat rakensivat kaikkien osapuolten asiakaskokemusta affektiivisesti, kognitiivisesti, sosiaalisesti ja fyysisesti. Tämän vuoksi on ensiarvoisen tärkeää nostaa työssä oppimiseen liittyvät toimintatavat kehittämiskohteeksi.

Laatua painottava organisaatio edistää kulttuuria, jonka luoma käytös, asenteet, toiminnot ja prosessit tuottavat arvoa täyttämällä asiakkaiden ja muiden sidosryhmien tarpeet ja odotukset. Tehokas ja vaikuttava toimintajärjestelmä perustuu prosessien tunnistamiseen ja hallintaan. Prosessien kuvaaminen ja haltuunotto selkeyttää yrityksen toimintaa, helpottaa kokonaisuuden hallintaa ja tekee toimintajärjestelmästä helpon käyttää yrityksessä. Prosessien kuvaamisen myötä toiminnan kriittisten pisteiden tunnistaminen helpottuu ja kehittämisponnistukset saadaan kohdistettua oikein. (SFS 2016.)

Työssä oppimisen prosessin kuvauksessa tulisi sopia ainakin seuraavista asioista:

Työssäoppimispaikan hankinta: kriteerit, hankinta, hyväksyminen

Työssäoppimisen sopimus: solmiminen

Työpaikkaohjaajan perehdyttäminen: tehtävät, vastuut, velvollisuudet, tutkinnon osan arviointikriteerit ja tehtävät

Työssä oppimisen suunnitelma: laatiminen, tarkastaminen, toteuttaminen

Työssä oppimisen ohjaus: yhteydenpito

Työssä oppimisen arviointi: keskustelu, valmius tutkinnon suorittamiseen-

#### 5.1.5 Tietoisuus asiakaskokemusten rakentumisesta pieninä asioina

Tutkimuksessa opiskelijat viittasivat sanontaa ”asiakaskokemukset syntyvät pienistä asioista” sekä hakeutumisvaiheessa affektiivisena tiedollisena asiana ja fyysisenä tekijänä että ammatitaidon hankintavaiheen valmistavassa koulutuksessa affektiivisena sosiaaliseen ympäristöön liittyvänä asiana.

Kun palvelutapahtumaa lähestytään asiakaskokemuksen näkökannalta, tarkoittaa se sitä että tapahtumaa katsotaan asiakkaan silmin. Silloin on hyvä muistaa, että kokonaisuus syntyy osista. Asiakaskokemus ei ole isoa vaan itse asiassa se rakentuu pienistä kokonaisuuksista. Asiakkaan silmissä pieni positiivinen tai negatiivinen tekijä voi olla hyvinkin merkityksellinen ja se



voi sitouttaa tai viedä pois asiakasta. Esimerkki pienestä asiakaskokemuksesta rakentavasta tilanteesta voi olla hymyilevä henkilökunta tai asiakkaan kuunteleminen. Kokonaisuuden kannalta niitä voi pitää merkityksellisinä, mutta asiakkaan kannalta negatiivinen pieni kokemus aiheuttaa epäilystä ja positiivinen kokemus taas luo luottamusta. Yrityksen tulisikin asettua asiakkaan asemaan ja ymmärtää, mitä asioita asiakas pohtii asioidessaan yrityksessä. Kun asia ymmärretään näin, ei asiakaskokemuksen kehittäminen välttämättä vaadi mittavia investointeja. Riittää, että pienet, ohikiitävät yksityiskohdat tehdään asiakkaan silmin katsottuna oikein. (Filenius 2015, 39–40.)

## 5.2 Työn tavoitteiden saavuttaminen

Tässä opinnäytetyössä tutkin asiakaskokemuksen rakentumista näyttötutkintoprosessin aikana. Perehtyminen alan kirjallisuuteen laajensi ymmärrystäni tutkijana asiakaskokemusilmiöstä. Se myös vahvisti käsitystäni siitä, että asiakaskokemuksella on yhä merkittävämpi rooli opiskelijan oppilaitoksen valinnassa, opiskelujen loppuun saattamisessa ja myöhemmin oppilaitoksen suositteluhaluudessa sekä yritysten välisissä kilpailuissa.

Opinnäytetyön tutkimustulokset olivat samansuuntaisia aikaisemmin asiakaskokemuksesta tehtyjen tutkimuksien kanssa. Tässä ja aikaisemmissa tutkimuksissa on huomattu, että asiakaskokemus on subjektiivinen kokemus, jonka asiakas kokee kokonaisvaltaisesti. Subjektiivisuus tuli esille tässä tutkimuksessa asiakaskokemuskuvauksissa, joissa asiakkaiden kokemukset rakentuivat yksilöllisesti.

Asiakaskokemuksen kokemisen kokonaisvaltaisuus tuli esille sen laaja-alaisissa ominaisuuksissa. Asiakaskokemukseen liittyy ensinnäkin affektiivisia ominaisuuksia. Asiakkaalla on aina oma sen hetkinen tunne tai mieliala, jolla hän kokee yrityksen. Nämä tunteella koetut asiat liittyvät asiakkaan odotuksiin ja tavoitteisiin, sosiaaliseen ympäristöön, tietoon tai yksilöllisyyteen liittyviin asioihin. Toiseksi asiakaskokemukseen liittyy kognitiivisia ominaisuuksia. Asiakas käsittelee erilaisia kognitiivisuuteen perustuvia tekijöitä ja rakentaa kokemuksiaan niistä. Tällaisia kognitiivisuuteen liittyviä asioita ovat esimerkiksi informaatio ja neuvot, joita hän saa yrityksestä sekä kokemukset omasta vaikutusmahdollisuuksista tai oman osaamisen huomioimisesta yrityksessä asioidessaan. Kolmanneksi asiakaskokemukseen liittyy sosiaalisia ominaisuuksia. Asiakaskokemus rakentuu paitsi vuorovaikutustilanteessa asiakkaan ja yrityksen välityksellä myös asiakkaiden kesken tapahtuvista tilanteista. Ja neljänneksi asiakaskokemukseen liittyy fyysisiä ominaisuuksia. Asiakas kokee fyysisiä tekijöitä ja tuotteita, erilaisia teknologian järjestelmiä ja toimintatapoja asioidessaan yrityksen kanssa.

Koska asiakaskokemuksen rakentumiseen liittyy monia asioita, on se kaiken kaikkiaan monisäikeinen kokonaisuus. Siksi yritys ei voi täysin hallita asiakkaalle rakentuvia kokemuksia. Parantaakseen asiakkaan kokemuksia, yritys voi kuitenkin valita millaisia kokemuksia se pyrkii asiakkaalleen luomaan. Asiakkaalle luodut joustavat toimintatavat, rakentavat hänen positii- vista ja luottavaa suhdetta yritykseen. Tutkimusaineistosta nostetut kehittämiskohteet pyrki- vät osaltaan rakentamaan parempia asiakaskokemuksia.

Asiakaskokemus rakentuu ajan kuluessa. Asiakaskokemuksen rakentuminen alkaa palvelun tai tuotteen etsinnästä, jatkuu ostamiseen ja kuluttamiseen sekä sisältää palvelun tuottamisen jälkihoidon. Näyttötutkinnon suorittamisessa asiakaskokemuksen rakentuminen alkaa sopivan tutkinnon ja oppilaitoksen etsinnästä. Asiakaskokemus kehittyy edelleen näyttötutkintopro- sessin kolmen vaiheen aikana. Näyttötutkinnon suorittamisen jälkeen kokemukset kehittyvät edelleen, kun asiakas käyttää uudessa työssään näyttötutkintoprosessin aikana saamiaan tie- toja ja taitoja. Ajallisesti näyttötutkinnon suorittaminen kestää yleensä vähintään vuoden. Tämä kannattaa seuraavissa tutkimuksissa ottaa huomioon siten, että tutkimusaineiston ke- rääminen jaksottuu koko palveluprosessin ajanjaksolle. Tällöin tutkimukseen osallistuvilla on aina tuoretta kokemusta kyseessä olevasta prosessin vaiheesta ja kokemukseen liittyvät asiat ovat tuoreessa muistissa.

Tässä tutkimuksessa tutkimusaineistoa kerättiin opiskelun puolivälin kohdalla. Silloin opiskeli- jat olivat jo osittain unohtaneet millaisia kokemuksia heille syntyi näyttötutkintoprosessin alussa eli hakeutumisen vaiheessa ja toisaalta heillä ei vielä ollut paljon kokemusta tutkinnon suorittamisesta. Tämän vuoksi tutkimusaineistoa piti jälkikäteen kerätä lisää. Tämä tapahtui yksilöteemahaastatteluna puhelimitse, jolloin opiskelija kertoi, minkälaisena oli tutkintotilai- suuden kokenut. Myös kouluttaja kertoi lyhyesti millaisia kokemuksia hänelle tutkintotilaisu- dessa syntyy. Näistä keskusteluista jäi siis keskusteluryhmältä saatu ajatuksia rikastava vaiku- tus pois.

Edellä olen kertonut miten asiakaskokemus rakentuu näyttötutkintoprosessin aikana sekä mil- laisia affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja fyysisiä ominaisuuksia sen rakentumiseen liittyy sekä miten nämä ominaisuudet muuttuvat näyttötutkintoprosessin aikana. Uskon, että tämä työ avaa ymmärryksestä siihen, että oppilaitoksen ja yrityksen toiminnan kehittämisen yksi merkittävä näkökulma on asiakaskokemus. Kun oppilaitoksen ja yrityksen toiminta perustuu aina vain parempien asiakaskokemusten luomiseen, takaa se varmasti paremman kilpai- luedun. Oppilaitos ja yritys ovat halutumpia kumppaneita potentiaalisten asiakkaiden ja opis- kelijoiden silmissä. Uudet asiakkaat ja opiskelijat sitoutuvat asiakassuhteeseen ja pääsevät helpommin omiin tavoitteisiinsa esimerkiksi suorittavat loppuun asti näyttötutkinnon.

Opinnäytetyön tekeminen oli innostava ja opettava kokemus. Asiakaspalvelutyössä kouluttajana ja asiakasvastaavana oppilaitoksessa positiivisten asiakaskokemusten luominen on tärkeää. Tämän opinnäytetyön aikana käsitykseni asiakaskokemuksesta ilmiönä laajeni ja samalla arkipäiväistyi. Asiakaskokemukset rakentuvat todella pienistä asioista ja positiivisten asiakaskokemusten tarjoaminen asiakkaalle on vain muistamisesta kiinni. Taloudellisen tilanteen yhä kiristyessä Suomessa ja toisaalta kiristyvä kilpailu opiskelijoista ja yhteistyökumppaneista edellyttää uutta kilpailutekijää, sillä hinta ei enää ole riittävä tekijä. Aihe on siis todella ajankohtainen. Koen, että sain työn tekemisestä jo nyt suurta hyötyä ammattiini.

Prosessina työ opetti minulle tutkimusmenetelmien käyttöä ja aineiston analysointia. Aineisto oli runsas ja sen analysointi oli aluksi haastavaa. Lopulta koen kuitenkin, että löysin monien eri analysointiin liittyvien taulukointien avulla oleellisia kehittämiskohteita, joilla aidosta voidaan parantaa asiakaskokemusta ja toisaalta tuoda oppilaitoksen henkilökunnalle ja sen yhteistyökumppaneille asiakaskokemus ilmiönä näkyväksi.

### 5.3 Työn hyödynnettävyys ja käyttökelpoisuus

Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää näyttötutkintotoiminnan kehittämisessä kohdeorganisaatiossa ja muissa vastaavissa oppilaitoksissa sekä niiden yhteistyökumppaneiden toiminnassa. Työn teoriaperusta tarjoaa monipuolisen katsauksen asiakaskokemukseen ja sen ominaisuuksiin. Se antaa ymmärrystä asiakaskokemukseen ilmiönä ja sen rakentumiseen näyttötutkintoprosessin aikana kaikille näyttötutkinnon parissa toimiville.

Tutkimuksesta nousseet kehittämiskohteet antavat näkökulmia kohdeorganisaation toiminnan kehittämiseen. Kehittämiskohteet olivat: ryhmäytymiseen liittyvät käytänteet, palautteeseen liittyvät käytänteet, opiskelijan tukeminen omien tavoitteiden saavuttamisessa, työssä oppimisen toimintatavat sekä tietoisuus asiakaskokemusten rakentumisesta pieninä asioina. Kehittämiskohteet ovat oppimista tukevia ja opiskelusetoutumista vahvistavia. Muun muassa työssä oppimisen toimintatapojen kehittäminen tukee yhteistyökumppaneiden hankintaa.

### 5.4 Jatkotutkimusaiheet

”Mistä sä tiesit, että tutkintosuoritukseni hyväksyttiin erinomaisena?” kysyi opiskelijani henkilökohtaisessa ohjaustilanteessa. Kerroin, että opettaja-arvioija niin mainitsi, kun hän palasi työpaikalle tutkintotilaisuuden jälkeen. Jatkoimme keskustelua opiskelijan kanssa tutkintotilaisuudesta. Opiskelija kertoi, että oli valtavasti jännittänyt etukäteen tutkintotilaisuutta. Hänen kokemus tutkintotilaisuudesta oli kuitenkin ollut mukava ja syy siihen oli ollut se, että arvioijat olivat olleet rauhallisia ja keskustelleet hänen kanssaan ystävällisesti. Tämän keskus-

telutuokion aikana opiskelijan kanssa minulle vahvistui, että asiakaskokemusta rakentavaa affektiivista ominaisuutta näyttötutkintoprosessin aikana tulisi tutkia enemmän. Affektiivisuuden tuomia asiakaskokemuksia ei yksinään ole koulutusalalla aikaisemmin tutkittu.

Koska näyttötutkintoprosessi kestää ajallisesti minimissään noin vuoden, tulisikin tutkimusta tehdä koko prosessin ajan, aina silloin kun tutkimusryhmään kuuluvilla henkilöillä on tuoretta kokemusta kyseessä olevasta näyttötutkinnon vaiheesta. Silloin kokemukseen liittyvät asiat ovat tuoreessa muistissa.

## Lähteet

### Painetut lähteet:

- Addis, M. & Holbrook, M. 2001. On the conceptual link between mass customization and experiential consumption: An explosion of subjectivity. *Journal of Consumer Behaviour* 1(1), 50–66.
- Battarbee, K. & Koskinen, I. 2005. Co-experience: user experience as interaction. *Co Design* 1(1), 5–18.
- Berry, L., Carbone, L. P. & Haeckel, S. H. 2002. Managing the Total Customer Experience. *MIT Sloan Management Review* 43(3), 85–89.
- Brakus, J., Schmitt, B. & Zarantonello, L. 2009. Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing* 73(3), 52–68.
- Edvardsson, B., Enquist, B & Johnston, R. 2010. Design dimensions of experience rooms for service test drives Case studies in several service contexts. *Managing Service Quality* 20(4), 312–327.
- Ellis, G. D. & Rossman, J. R. 2008. Creating Value for Participants through Experience Staging: Parks, Recreation, and Tourism in the Experience Industry, *Journal of Park and Recreation Administration*. 26(4), 1–20.
- Eriksson, P. & Koistinen, K. 2014. Monenlainen tapaustutkimus. Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisu 11:2014. Kerava: Savion Kirjapaino Oy.
- Erjavec, H. S. 2013. Economic and Sosial Development: Bank of Proceedings. 1328–1334.
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Jyväskylä: Saarijärven Offset Oy.
- Gentile, C., Spiller, N. & Noci, G. 2007. How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-develop Value With the Customer. *European Management Journal* 25, 395–410.
- Hellman K. & Värilä, S. 2009. Arvokas asiakas. Hämeenlinna: Karisto kirjapaino Oy.
- Ho, L., Kuo, Y. & Kuo, T. 2014. Total Quality Management & Business Excellence 5(1/2), 158–174.
- Homburg, C., Koschate, N. & Hoyer, W.D. 2006. The Role of Cognition and Affect in the Formation of Customer Satisfaction: A Dynamic Perspective. *Journal of Marketing* 70(3), 21–31.
- Koenig-Lewis, N. & Palmer, A. 2008. Experiential values over time - a comparison of measures of satisfaction and emotion. *Journal of Marketing Management*. 24(1-2), 69–85.
- Kopakkala, A. 2011. Porukka, jengi, tiimi. Ryhmädynamiikka ja siihen vaikuttaminen. 3. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Koris, R., Örtenblad, A. Kerem, K. & Ojala, T. 2015. *Journal of Marketing for Higher Education* 25(1), 29–44.
- Koskinen, I., Alasuutari, P. & Peltonen, T. 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Tampere: Vastapaino.

- Kuo, Y.-K., & Ye, K.-D. 2009. The causal relationship between service quality, corporate image and adults' learning satisfaction and loyalty: A study of professional training programmes in a Taiwanese vocational institute. *Total Quality Management & Business Excellence* 20(7), 749–762.
- Kupias, P., Peltola, R. & Saloranta, P. 2011. Onnistu palautteessa. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Lahtinen, M. & Lankinen, T. 2013. Koulutuksen lainsäädäntö käytännössä. 8. uudistettu laitos. Tallinna: Tietosanoma Oy.
- Laros, F. J. M. & Steenkamp, J-B. E. M. 2005. Emotions in consumer behavior: a hierarchical approach. *Journal of Business Research* 58(10), 1437–1445.
- Lerner, J. S. & Keltner, D. 2001. Fear, anger and risk. *J Pers Soc Psychol* 81(1), 146–59.
- Lin, C., Kuo, T., Kuo, Y., Kuo, Y., Ho, L., & Lin, C. 2007. Practice makes better? A study of meditation learners in a classroom environment. *Educational Studies* 33(1), 65–80.
- Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus - palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Moilanen, L. & Varis, L. 2001. Omat tavoitteet työvireen tukena. Työterveyslaitos. Helsinki: Vammalan kirjapaino Oy.
- Nasermoadeli, A., Choon Ling, K. & Severi, E. 2012. Exploring the Relationship between Social Environment and Customer Experience. *Asian Social Science* 9(1), 130–141.
- Pham, M. T., Cohen, J., Pracejus, J. & Hughes, G. 2001. Affect monitoring and the primacy of feelings in judgment. *Journal of Consumer Research* 28(2), 167–188.
- Pine, B. & Gilmore, J. 1999. Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review* 76(4), 97–105.
- Puusa, A. & Juuti, P. 2011. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Helsinki: Hansaprint.
- Ramirez, J. M. & Cabanac, M. 2003. Pleasure, the common currency of emotions. *Annals of the New York Academy of Sciences* 1000, 293–295.
- Rauste-von Wright, M., von Wright, J. ja Soini, T. 2004. Oppiminen ja koulutus. WSOY 9. uudistettu painos.
- Richins, M. L. 1997. Measuring Emotions in the Consumption Experience. *Journal of Consumer Research* 24(2), 127–146.
- Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.) 2009. Haastattelututkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D. & O'Conner, C. 1987. Emotion knowledge: further exploration of a prototype approach. *J Pers Soc Psychol* 52, 1061–86.
- Sultan, P. & Wong, H.Y. 2012. Service quality in a higher education context: an integrated model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 24(5), 755–784.
- Suomen Standardoimisliitto SFS 2016. Johdanto laadunhallinnan ISO 9000 –standardiin.

Tombs, A. & McColl-Kennedy, J.R. 2003. Social-Servicescape conceptual Model. *Marketing Theory Articles* 3(4), 447–475.

Tsai, S. 2005. Integrated marketing as management of holistic consumer experience. *Business Horizons* 48(5), 431–441.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Latvia: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Walter, U., Edvardsson, B. & Öström, Å. 2010. Drivers of customers' service experiences: a study in the restaurant industry. *Managing Service Quality* 20(3), 236–258.

Valtonen, A. 2009. Ryhmäkeskustelu - millainen metodi? Teoksessa Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. toim. 2.paino. Haastattelu tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino oy.

Valtonen, A. 2011. Ryhmäkeskustelut laadullisena tutkimusmetodina. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. toim. Menetelmäviidakon raivaajat Perusteita laadullisen tutkimuksen lähestymistavan valintaan. Vantaa: Hansaprint Oy.

Vargo, S. & Lusch, R. 2004. Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing* 68(1), 1–17.

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M. & Schlesinger, L. A. 2009. Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies. *Journal of Retailing* 85(1), 31–41.

Zhang, P. & Li, N. 2005. The importance of affective quality. *Communications of the ACM* 48(9), 105–108.

Sähköiset lähteet:

Ammattitutkintolaki 306/1994. Viitattu 30.6.2015. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1994/19940306>

Jyväskylän yliopiston Koulutuksen tutkimuslaitos. 2016. Toiminnalliset opetusmenetelmät. Viitattu 22.4.2016. <http://www.peda.net/veraaja/projekti/kelpokymppi/eriyttaminen/menetelmat/toiminnallisuus>

Kotri, A. 2011. Customer experience evoking and management in services. Väitöstyö. Viitattu 1.11.2015. [http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/18125/kotri\\_andrus.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/18125/kotri_andrus.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kuusela, S. 2015. Organisaatioelämää: kulttuurin voima ja vaikutus. Viitattu 17.4.2016. [http://verkkokirjahylly.talentum.fi/nelli.laurea.fi/teos/CAX-BBXAUFGG#kohta:L\(\(e4\)hteet\(\(20](http://verkkokirjahylly.talentum.fi/nelli.laurea.fi/teos/CAX-BBXAUFGG#kohta:L((e4)hteet((20)

Laki ammatillisesta aikuiskoulutuksesta 21.8.1998/631. Viitattu 30.6.2015. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980631>

Laki ammatillisesta koulutuksesta 21.8.1998/630. Viitattu 30.6.2015. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1998/19980630>

Lähdesmäki, T., Hurme, P., Koskimaa, R., Mikkola, L. & Himberg, T. 2012. Menetelmäpolkuja humanisteille. Jyväskylän yliopisto, humanistinen tiedekunta. Viitattu 22.4.2016. <http://www.jyu.fi/mehu>.

MAST. Ryhmytymisopas. Viitattu 22.4.2016. <http://www.mastohjaus.fi/pdf/Ryhmayttamis-opas.pdf>

Nikkola, T. 2011. Oppimisen esteet ja mahdollisuudet ryhmässä: syällisyyden kehittyminen syntipukki-ilmiöksi opiskelijaryhmässä ohjaajan tulkitsemana. Väitöskirja. Viitattu 17.4.2016. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/36994/9789513945053.pdf?sequence=1>

Opetushallitus 2014. Näkökulmia henkilökohtaistamiseen. Viitattu 24.4.2016. [http://www.oph.fi/download/165193\\_161129\\_nakokulmia\\_henkilokohtaistamiseen.pdf](http://www.oph.fi/download/165193_161129_nakokulmia_henkilokohtaistamiseen.pdf)

Opetushallitus 2015a. Näyttötutkinto-opas. Viitattu 17.4.2016. [http://live.grano.fi/ejulkaisu/Opetushallitus/Nayttotutkinto-opas\\_2015/index.html](http://live.grano.fi/ejulkaisu/Opetushallitus/Nayttotutkinto-opas_2015/index.html)

Opetushallitus 2015b. Koulutustoimikunnat. Viitattu 24.4.2016. [http://www.oph.fi/download/168270\\_Esite\\_koulutustoimikunnille.pdf](http://www.oph.fi/download/168270_Esite_koulutustoimikunnille.pdf)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2014. Ammatillisen koulutuksen hallinto, ohjaus ja rahoitus. Viitattu 24.10.2015. [http://www.okm.fi/OPM/Koulutus/ammattillinen\\_koulutus/hallinto\\_ohjaus\\_ja\\_rahoitus/?lang=fi](http://www.okm.fi/OPM/Koulutus/ammattillinen_koulutus/hallinto_ohjaus_ja_rahoitus/?lang=fi)

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015. Ministerit Grahn-Laasonen ja Toivakka: Esteet koulutusviennin tieltä puretaan. Viitattu 24.10.2015. <http://www.okm.fi/OPM/Tiedotteet/2015/10/koulutusvienti.html?lang=fi>

Ropponen, M. 2015. Näyttötutkintojärjestelmä 20 vuotta Historia ja vaikuttavuus. Osa 1. Näyttö-tutkintojärjestelmän historiasta. Raportit ja selvitykset 2015:2. Viitattu 25.10.2015. [http://www.oph.fi/download/166215\\_nayttotutkintojarjestelma\\_20\\_vuotta.pdf](http://www.oph.fi/download/166215_nayttotutkintojarjestelma_20_vuotta.pdf)

Saaranen-Kauppinen, A., Puusniekka, A., Kuula, A., Rissanen, R. & Karvinen, I. 2009. Menetelmäopetuksen tietovaranto. KvaliMOTV. Viitattu 21.7.2015. [http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv\\_pdf/KvaliMOTV.pdf](http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv_pdf/KvaliMOTV.pdf)

Valtioneuvoston asetus koulutustoimikuntajärjestelmästä 14.10.2010/882. Viitattu 30.6.2015. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100882>

Muut lähteet:

Gynther, P. 2016. Kouluttajan puhelinhaastattelu 22.4.2016. Omnia. Espoo



## Kuviot

Kuvio 1: Työssä oppimisen ohjaus osana systeemistä toimintaa (mukaillen Opetushallitus 2012, 7–19).....	15
Kuvio 2: Asiakaskokemuksen kokonaisvaltainen rakentuminen palvelutapahtuman aikana (mukailtu Verkoef ym. 2009, 31–41).....	17

## Taulukot

Taulukko 1: Asiakaskokemuksen osa-alueet vähittäiskaupan ympäristössä (mukailtu Verkoef ym. 2009, 31–41). .....	18
Taulukko 2: Asiakaskokemuksen rakentuminen näyttötutkintoprosessin aikana (mukaillen Kotri 2011, 58). .....	24
Taulukko 3: Tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden taustat .....	26
Taulukko 4: Asiakaskokemusta rakentavien affektiivisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	32
Taulukko 5: Asiakaskokemusta rakentavien kognitiivisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	34
Taulukko 6: Asiakaskokemusta rakentavien sosiaalisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	36
Taulukko 7: Asiakaskokemusta rakentavien fyysisten ominaisuuksien muuttuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	38
Taulukko 8: Asiakaskokemuksen rakentuminen näyttötutkintoprosessin aikana .....	41

## Liitteet

Liite 1: Aikaisemmat tutkimukset asiakaskokemuksesta koulutusosalta .....	60
Liite 2: Ryhmäkeskustelun teemat.....	61
Liite 3: Kuvaus Marjan asiakaskokemuksista matkailualan perustutkinnon suorittamisen ajalta .....	62
Liite 4: Kuvaus Liisan asiakaskokemuksista liiketalouden perustutkinnon suorittamisen ajalta .....	64
Liite 5: Asiakaskokemusta rakentavat affektiiviset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin aikana .....	67
Liite 6: Asiakaskokemusta rakentavat kognitiiviset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa .....	68
Liite 7: Asiakaskokemusta rakentavat sosiaaliset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa .....	69
Liite 8: Asiakaskokemusta rakentavat fyysiset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa .....	70
Liite 9: Oman tavoitteen asettaminen ja toimintasuunnitelma .....	71

Liite 1: Aikaisemmat tutkimukset asiakaskokemuksesta koulutusosalta

Tekijä, vuosi	Tutkimuksen nimi	Tutkimusmenetelmä	Tutkimus	Tulos	Tutkimukseen osallistujat
Erjavec H., S. 2013	Regression analysis of customer loyalty in education service industry	Kvantitatiivinen, regressi-analyysi	Mikä vaikuttaa asiakasuskollisuuteen koulutuspalvelualla	Asiakastyytyväisyys ja odotukset koulutuksen laadusta	92 liiketalousalan opiskelijaa Sloveniassa (valmistuneet)
Koris, R., Örtenblad A., Kerem, K. Ojala, T. 2015	Student-customer orientation at a higher education institution: the perspective of undergraduate business students	kvantitatiivinen faktoria-nalyysi	Opiskelijoiden odotukset korkeakoulun asiakaskeksyydestä /asiakastyytyväisyydestä	Opiskelijoiden odotukset koulutuksesta on, että se olisi vaativaa ja opettajat olisivat tiukkoja ja vaatisivat sovitujen rajojen noudattamista	405 yliopistossa liiketalousalan opiskelijaa Virossa
Ho, L-A., Kuo, Y-K, K, T-H. 2014	How a training institute acquires learner satisfaction and loyalty under economic recession.	kvantitatiivinen 5 portainen Linkertin asteikko	Opiskelija tyytyväisyys ja uskollisuus	Motivaatio, oppimisvaikeudet, luokkahuoneen ilmapiiri ovat kriittisiä pisteitä positiivisen oppimiskokemuksen muodostumisessa	629 rahoitusalan aikuisopiskelijaa täydennyskoulutus Taiwanissa
Kuo, Y.-K., & Ye, K.-D. 2009	The causal relationship between service quality, corporate image and adults' learning satisfaction and loyalty: A study of professional training programmes in a Taiwanese vocational institute.	kvantitatiivinen SERVQUAL	Syysuhde palvelun laadun, yrityskuvan ja aikuisten opiskelutyytyväisyyden ja uskollisuuden välillä	Opiskelutyytyväisyys syntyy palvelun laadusta ja oppilaitoksen imagosta	321 opiskelijaa Taiwanin ammatillinen koulu
Lin, C., Kuo, T., Kuo, Y., Kuo, Y., Ho, L., & Lin, C. 2007	Practice makes better? A study of meditation learners in a classroom environment.	kvantitatiivinen 5-portainen Likert-asteikko-menetelmä	Opiskelukokemuksen pituuden vaikutus oppimismotivaatioon, oppimistulokseen ja yleisiin psykososiaalisiin luokkahuoneilmapiiriin.	Oppimismotivaatiolla ja luokkahuoneilmapiirillä on vaikutusta oppimismotivaatioon	450 työnohella opiskelevaa Taiwanissa
Sultan, P. & Wong, H. 2012	Service quality in a higher education context: an integrated model	kvantitatiivinen	Palvelun laadun roolin ymmärtäminen yliopistokontekstissa	Palvelun laatu, markkinointiviestintä, tyytyväisyys ja luottamus=uskollisuus	528 korkeakouluopiskelijaa Australiassa

## Liite 2: Ryhmäkeskustelun teemat

### Ryhmien ajankohdat, kokoonpanot ja teemat

Ryhmä 1: 2.2.2015 klo 9:00 - 10:00 oppilaitoksen kokoustilassa

Opiskelija Marja

Opiskelija Liisa

Oppilaitoksen henkilökunta, Toimialapäällikkö

Oppilaitoksen henkilökunta, Kouluttaja

Ryhmä 2: 3.2.2015 klo 9:00 - 10:00 oppilaitoksen kokoustilassa

Yhteistyökumppani, Työpaikkaohjaaja

Oppilaitoksen henkilökunta, Työpaikkaohjaajakouluttaja

Oppilaitoksen henkilökunta, Työssä oppimisen koordinaattori

Ryhmä 3: 25.2.2015 klo 13:30 - 14:30 asiakaskohteen kokoustilassa

Yhteistyökumppani, Arvioija

Yhteistyökumppani, Arvioija

Oppilaitoksen henkilökunta, Pedagoginen päällikkö

### Teemahaastattelun aiheet:

1: Lämmittelykysymys kaikille sama. Mitä sinulle tarkoittaa asiakaskokemus?

2: Keskustelun teema: vaihteli kyseessä olevan ryhmän mukaan seuraavasti:

Ryhmä 1: Asiakaskokemus aikuiskoulutuksessa

Ryhmä 2: Asiakaskokemus työssäoppimisen ohjauksessa

Ryhmä 3: Asiakaskokemus arvioinnissa

3: Keskustelun teema: oli kaikille ryhmille sama. Oma rooli asiakaskokemuksen syntymisessä

Liite 3: Kuvaus Marjan asiakaskokemuksista matkailualan perustutkinnon suorittamisen ajalta Marjasta tulee matkailuvirkailija, hän suorittaa matkailualan perustutkintoa. Marja toivoo, että opiskelijat saavat hyviä opiskelukokemuksia ja pääsevät koulutusta vastaavaan työhön.

### **Hakeutumisvaihe**

Marjan mielestä oli tärkeää, että haastattelutilanteessa opiskelijasta oltiin kiinnostuneita. Koulutukseen hakeutumisvaiheessa ”Me koetaan sitä, että meistä ollaan kiinnostuneita. Kun sinä olet kiinnostunut minusta, niin mä avaudun.” Avautunut henkilö uskaltaa kertoa enemmän itsestään hakutilanteessa. Hän ei jää katumaan sitä, ettei kertonut itsestään enempää. Opiskelun henkilökohtaistamiskeskustelu oli Marjalle pettymys. ”Koin lievä pettymystä ja mukaan tuli myös epävarmuus - olenko tehnyt oikeat valinnat. ”Marja olisi odottanut varmistusta kouluttajalta tekemilleen valinnoille. ”Opettaja on ohjaajana, oppilaan on tehtävää pohjatyö itse.”

### **Ammattitaidon hankintavaihe: Valmistava koulutus**

Marja mainitsi, että opiskelu vaatii ”kovaa tahdon voimaa ja itsekuria”. Jos niitä ei ole tarpeeksi, niin helposti tulee poissaoloja ja sen seurauksena opiskelun keskeytyksiä. Ja kun tarpeeksi monta kertaa kuulee sanat ”keskeytys, keskeyttämässä” alkaa pakostakin miettimään omaa motivaatiotaan opiskeluun. Marja kyllä ymmärsi, että aina elämäntilanne ei kaikilla ole opiskeluun sopiva. Hän oli myös huomannut, että opettajat haluavat auttaa opiskelijoita kaikin tavoin. Tämä vaatii ”kouluttajan hereillä oloa, että osaa sitten tarttua siinä vaiheessa sellaisen henkilöön, ottaa yhteyttä ja antaa neuvoa, yrittää saada takaisin ja kertoa miten sä voit tulla mukaan”, summasi kouluttaja.

Opiskelun onnistumiseen eniten vaikuttaa kuitenkin Marjan mielestä hyvää ryhmähenkeä. ”Jos ryhmän sisäinen kemia ei toimi, niin sitten se ryhmä hajoaa. Sieltä alkaa mennä oppilaita pois.” Hän oli huomannut, että ryhmähenki tulee luoda yhdessä ja sen eteen jokaisen tulee olla valmis tekemään paljon työtä. Tämä oli oppilaitoksessakin huomioitu. ”On tärkeää, että siinä alussa kouluttaja laittaa tarpeeksi aikaa siihen räjäyttämiseen, että pääsee muodostumaan se ryhmähenki”, totesi toimialapäällikkö.

Marja oli tyytyväinen saamaansa opetukseen. Erityisesti silloin, kun ”mä saan käyttää omia aiempia osaamisia, omaa kokemusta ja yhdistää sen oppimateriaaliin”. Hän oli huomannut, että muutkin opiskelijat nauttivat tällaisesta tekemisestä. Myös vierailukäynnit alan yrityksiin ja opettajien omakohtaiset sekä onnistuneet että epäonnistuneet kokemukset olivat rikastuttaneet opiskelua. Marja arvosti myös opettajien antamaa yksilöllistä palautetta oppimistehtävistä.

Marja oli huomannut pienet yksityiskohdat, joilla oppilaitos huomioi opiskelijoita. ”Vähän aikaa sitten tuli taulut, jossa on bussi ja juna-aikataulut. Se on pikkuasia, mutta todella tärkeä. Sitten vahtimestari, kuka hymyilee aamulla. ”

Marjan mielestä kouluttajat olivat osaavia ja hän kunnioitti heitä kovasti. ”Mä olen nauttinut siitä matkasta. Sinut kohdataan myös kuin ihminen.” Hän oli saanut valtavan hyvää opetusmateriaalia, jota oli voinut käyttää työssä oppimisjaksollaan. ”Kaikki se tieto on todella arvokasta, ilman sitä mä olisin aika pitkälti intuition pohjalta mennyt.”

### **Ammattitaidon hankinta: Työssä oppiminen**

Marjan ensimmäinen työssä oppimisjakso oli matkailualan yrityksessä Saimaalla. Koska yritys oli pieni B&B -yritys, ei asiakkaita eikä työtehtäviä ollut runsaasti. Marja koki useasti, että työpaikalla ei ollut käsitystä siitä, mitä opiskelijan piti oppia työssä oppimisen aikana. Hän olisi halunnut keskeyttää työssä oppimisjaksonsa moneen otteeseen. Työssä oppimisen koordinaattori korosti, että ”se on juuri sen oppilaitoksen vastuu, että katsotaan ne oppimistavoitteet niin, että se koko kolmikanta ymmärtää ne ja silloin se on selkeää”. Jos oppimistavoit-

teet lähetetään sähköpostilla, ennakoi se vaikeuksia. Työpaikkaohjaajakin voi ensikertalaisena olla tavoitteista epävarma. ”Avaappa ne hänelle, jos oot itsekin niistä epävarma”, totesi työpaikkaohjaaja. Hän lisäsi vielä, että ”minusta se on vastuunpakenemista siltä oppilaitoksesta, että se opiskelija lähetetään ja ajatellaan, että hänestä nyt tulee jonkinlainen ammatilainen”. Opiskelijalla voi myös olla vaikeuksia sopeutua työssä oppimispaikkaan ja sen ympäristöön, siksi työpaikkaohjaaja toivoo ”että koulussa olisi realistinen kuva, mihin he suosittelevat henkilöä”.

Työssä oppimisjakson päätteeksi Marjaa pyydettiin yritykseen esimieheksi, ”mutta mä tiesin, että ei ikinä. Koska se, millä tavalla siellä kohdeltiin toisiakin, jotka sinne pätkätöihin tuli. Että se työympäristö ei ollut sellainen, jonne halusi takaisin edes harjoittelemaan.” Marja oli kuitenkin iloinen monipuolisesta kokemuksestaan, jossa sai kokeille omia rajojaan; miten selviytyy vaativista tehtävistä, miten tulee toimeen erilaisten ihmisten kanssa.

Toimialapääällikkö oli huolissaan Marjan huonosta työssä oppimisen kokemuksesta. ”Mietin, että vähän siihen voi vaikuttaa sekin, että me annetaan tietty kuva täällä koulussa. Että näin asiat tehdään ja organisaatiot toimii näin. Mutta sehän on sellainen ideaalimalli.” Marja kuitenkin korosti, että aikuisopiskelijan tulee ymmärtää, että eri työpaikoissa on omat toimintatapansa. ”Emmekä luule, että mennään sana sanalta vaatimaan sitä, mitä meille on opetettu.”

Marjan toinen työssä oppimisjakso oli Espanjassa. Sen jakson hän koki onnistuneeksi. ”Pääasia kuitenkin oli, että kokemusta saatiin ulkomailla työskentelystä. Myös toisenlaiseen työ- ja tapakulttuuriin tutustuminen oli tärkeää.” Työssä oppiminen pienessä golf-matkatoimistossa oli monipuolista. ”Ei ainoastaan kenttäaikojen tilausta, myös lentoliput, autovuokraukset, jopa asuntovuokraukset hoidettiin.”

Myös yrityksen toimitusjohtaja oli tyytyväinen työssä oppijaan ja oli antanut palautetta. ”Meillä ei ikinä ole ollut näin hyviä opiskelijoita. Tervetuloa takaisin.” Tämän palautteen Marja sanoi olleen erityisen mieluisa, koska hän koki, että ”Hei, mä olen todella ollut hyödyllinen” ja että oli onnistunut uudessa ammatissaan.

### Tutkintosuoritus

Ensimmäisten tutkintosuorituksien arviointikeskustelu oli Marjalle pettymys. Pettymys syntyi siitä, että hän ei itse päässyt osallistumaan kolmikannan kanssa käytyyn arviointikeskusteluun. Marja joutui sinä päivän hoitamaan yrityksen ainoana työntekijänä kahvilatoimintaa. Toinen tutkintosuoritus oli Espanjassa. Tutkintotilaisuudessa Marja järjesti bussilliselle suomalaisuristeja päiväretkien. Retkeä varten Marja tutustui nähtävyyksiin, laati reitin, tilasi bussin, teki turvallisuussuunnitelma, varasi ruokapaikan ja laati jokaiselle, 35 osallistujalle ohjelmavihon. Retkipäivän jälkeen Marja oli ”väsynyt, mutta onnellinen”. ”En jännittänyt niinkään näyttötilaisuutta, vaan sitä miten asiakkaat ottavat vastaan niille tarjotun. Miten pystyn takaamaan viihtyvyyden.” ”Tee niin kuin tähän asti olet tehnyt” antaa arvioija ohjeeksi jännittyneelle opiskelijalle. Kaikki kuitenkin sujui todella hyvin. ”Bussi oli ajoissa, retkeilijät ajoissa, sää ihana, ruoka maistui ja mieliala sen kuin vaan nousi.” Retki onnistui erinomaisesti, sillä ”sain osallistujilta iloiset aplodit päivän päätteeksi”.

Myöhemmin käytiin tutkintosuorituksen arviointikeskustelu Skypen välityksellä. Mukana olivat opettaja-arvioija Suomessa sekä työntekijä- ja työnantaja-arvioijat että Marja Espanjassa. Nyt Marja oli saanut mahdollisuuden näyttää monipuolisen osaamisensa. Marja arvosti sitä, että arviointikeskustelu oli ollut perusteellinen. Aina arviointikriteerien ymmärtäminen ei ole helppoa, mutta ”oppilaitoksen tehtävä on tehdä ne ymmärrettäväksi” sanoi pedagoginen pääällikkö. Kaikki arvioijat olivat olleet kiinnostuneita tutkintosuorituksen toteutuksesta. ”Olin tehnyt melkoisen työn, mutta ei sen tarvinnut mitään merkitä”, kirjoitti Marja myöhemmin. Marja sai tutkinnon osan arvokseen kiitettävän. Valmistuttuaan matkailuvirkailijaksi, muutti Marja Espanjaan ja sai työpaikan työssä oppimispaikastaan. Marja viihtyy työssään erinomaisesti.

Liite 4: Kuvaus Liisan asiakaskokemuksista liiketalouden perustutkinnon suorittamisen ajalta  
Liisa suoritti liiketalouden perustutkinnon. Koulutuksen aikana hän ymmärsi rakentavan palautteen merkityksen ja sai siitä rohkeutta uuteen ammattiinsa.

#### **Hakeutumisvaihe**

Liisan mielestä oli hienoa, että hän sai koulutukseen hakiessaan monipuolista informaatiota opiskelusta; aluksi kuuli kaveriltaan, sitten kävi oppilaitoksen verkkosivuilla, jossa täytti hakemuksen, seuraavaksi soitti opinto-ohjaajalle ja lopuksi osallistui valintainfoon. ”Sain tosi hyviä neuvoja ja sitten musta oli kiva, että oli se infotilaisuus, mikä pidettiin ja missä kerrottiin enemmän, mitä koulutus sisältää.” Haastattelutilanteen hän oli kokenut oudoksi. ”Miten sinä ja tietokone tulette toimeen? Oletteko hyvä pari keskenään?” Toki Liisa oli pian ymmärtänyt, että haastattelija teki oudot kysymykset tarkoituksella.

Toimialapääällikkö oli myös huomannut opiskelijakeskusteluissa, että mielikuvat kouluttajista syntyvät pienistä asioista. Joku opiskelija oli muistanut, että haastattelutilanteessa oli ”selvälainen vaaleatukkainen nainen ja se oli ollut tosi innostunut ja se aina kirjoitti ylös, kun mä sanoin jotain eli siitä oli jäänyt tosi positiivinen kuva”. Opiskelun henkilökohtaistamiskeskustelu oli Liisan mielestä ”helppo. Olin itse valinnut valmiiksi tutkinnon osat. Ei ollut hyväksiluettavaa. Käytiin läpi asiakaspalvelukokemusta. Sovittiin kurssit ja suunniteltiin aikataulut.”

#### **Ammattitaidon hankinta: Valmistava koulutus**

Liisa oli erittäin tyytyväinen saamaansa opetukseen. ”Oon suositellut.” Erityisesti hän mainitsi sähköpostitse saamansa palautteen tuntiaktiivisuudestaan. ”Kyllä mä olen täällä saanut palautetta vaikka sähköpostilla, että kiitos Liisa tunteista. Vaikka on hän voinut laittaa kaikille muillekin opiskelijoilla, en tiedä. Mutta se on just se, minkä minä sain.” Liisa arvosti sitä, että opiskelusuunnitelmassa oli huomioitu elämäntilanteen vaatima joustavuus. Hänen valitsemansa tutkinnon osat järjestettiin päiväopetuksena, mikä lapsiperheelliselle sopi paremmin.

Luokahuoneopetuksessa käytetyt monipuoliset opetusmenetelmät saivat Liisalta kiitosta. Esimerkkinä hän kertoi asiakaspalvelutunnin, jossa opiskelijat olivat ensin näytelleet erilaisia asiakaspalvelutilanteita ja sen jälkeen asiaa oli käsitelty tehtävien muodossa. On kouluttajalakin tärkeää, että opiskelijat ovat tyytyväisiä opetukseen. ”On kiva saada palautetta, että hän on nauttinut siitä opetuksessa, missä on ollut ja mä nautin aina”, totesi kouluttaja. Aina opiskelijaryhmä ei ole vastaanottavainen ja silloin kouluttaja kertoi, että ilmapiiri vaikuttaa myös hänen toimintaansa ”minähän menen ja lätsen nämä kalvot tästä, ei niitä kiinnosta mikään”.

#### **Ammattitaidon hankinta: Työssä oppiminen**

Ensimmäinen työssäoppimisjakso oli Liisalle ollut pettymys. Hän ei ollut saanut ohjausta niiden työtehtävien tekemiseen, mitkä olivat kuuluneet kyseiseen työssäoppimisjaksoon ja suoritettavaan tutkinnon osaan. Hän oli omatoimisesti hakeutunut eri työntekijöiden mukaan ja seurannut heidän työtään. ”En mä lannistunut siitä ja olen saanut tehtyä kaikki hommani, mutta se on ollut sitten itsestä tosi paljon kiinni, että mä olen sitten nähnyt paljon vaivaa kotonakin.”

Kouluttaja toi esille, että kaikki opiskelijat eivät ole yhtä urheita. ”Joku olis varmaan laittanut hanskat tiskiin, että mä en mene tonne.” Hän vielä lisäsi, että oppimisen ja opiskelukokemuksen kannalta on tärkeää, että opiskelija on tyytyväinen työssäoppimisjaksoonsa. Työssäoppimisen pelisääntöjen läpikäynti yhdessä eri osapuolten kanssa on tärkeää. Kouluttaja kertoi, että yhteinen palaveri työssäoppimispaikassa on joskus parantanut tilannetta. ”Ne on herännyt siellä, aikaisemmin ne eivät ole saanut palautetta. Ne on kuvitellut, että kaikki on hyvin. Mutta jos kukaan ei sitä heille kerro, niin eihän siihen tule muutosta.” Tällä kertaa muutosta ei tapahtunut yhteydenotosta huolimatta. ”Meillä tehdään niin, meillä ei ole aikaa opettaa ketään”, kertoi toimialapääällikkö yhteydenottokeskustelusta. Liisakin kertoi ottaneensa



asian puheeksi. ”Mutta sanotaanko niin, että tämä esimies ei ole kovin vastaanottavainen ihminen, että hän löi oven nenäni edestä kiinni.” Loppujen lopuksi Liisa kuitenkin päätti jatkaa työssä oppimista tuossa työpaikassa.

Vuosien työpaikkaohjaajakokemuksen omaava ohjaaja painotti roolistaan: ”Olen turvallinen ihminen, hän voi lähestyä minua avoimesti, en ala sättiin enkä moittimaan. Pyrin aina positiivisuuden kautta antamaan palautteen, mutta sanon sen, että annan myös negatiivista palautetta ja sitä ei voi ottaa henkilökohtaisena loukkauksena.” Työpaikkaohjaajakouluttaja lisäsi, että onnistunut ohjaussuhde edellyttää myös itsevarmuutta ohjaajalta. ”Luota omaan ammattitaitoon ja asiantuntijuuteen. Se tuo lisää varmuutta ja luottamusta oppijalle. Ollaan vuorovaikutuksessa; ope ja topo. Jos tulee niitä haasteita, niin ollaan vuorovaikutuksessa kumpikin omalla tavalla ja ammatillisesti painottaa niitä asioita. Saa samanlaista tietoa kummaltakin, niin varmasti se auttaa opiskelijaa pääsemään niihin omiin tavoitteisiin.”

Myös työssäoppimisen koordinaattori korosti hyvän työssäoppimiskokemuksen merkitystä, ja lisäsi, että ”opettajan tulee varmistaa, että se työympäristö on sellainen, että ne tutkinnon perusteet toteutuvat. Jos tätä ei tehdä, ei tiedetä niitä tavoitteita, mitä opiskelija tulee oppia. Jos opiskelijalta itseltä on punainen lanka kateissa, se lähtee heti väärille raiteille. Tulee heti huonoa asiakaskokemusta. Opiskelija ei pääse tutkintotilaisuudesta läpi ja tulee kaikille huonoa kokemusta.” Työssä oppimisen kokemus olisi varmasti ollut toisenlainen, jos työpaikkaohjaaja olisi ottanut sinut vastaan ”kättelemällä, katsonut silmiin, antanut aikaa” kertoi työpaikkaohjaajakouluttaja.

Työpaikkaohjaajan tehtävä on vaativa. Hänen pitää pienessä ajassa oppia ymmärtämään millainen oppija opiskelija on. Työpaikkaohjaaja kiteytti ajatuksen näin: ”Miten sä saat hienovärisesti ajettua sen oman, mitä hän oppisi ja ymmärtäisi, niin että hän ei loukkaantuisi ja koki suurena epäonnistumisena pienenkin vastoinkäymisen tultua esille työyhteisössä.”

Työssä oppimispalautetta keräämällä oppilaitos saisi kokemusta jakson onnistumisesta. Toimialapäällikkö totesi, että ”meillä pitäisi olla joku sellainen prosessi”. Työssäoppimisen koordinaattorikin totesi palautteen keräämisen olevan tarpeellinen, mutta samalla suuri haaste. Miten saadaan kehitettyä sellainen kysely, joka antaa tietoa ja on samalla helppo ja nopea vastattava?

Liisa ei enää surrut huonoa työssä oppimispaikan valintaa. Hän ajatteli, että koskaan ei etukäteen voi olla varma, onko tuleva kokemus onnistunut. ”Sä et tiedä sitä kuitenkaan ennen kuin sä meet sinne.” Työssäoppimiskokemus ei vastannut hänen odotuksia ja siksi hän oli sanonutkin kouluttajille ”että mun mielestä se ei ole hyvä paikka”. Liisan mielestä oli tärkeää, että annetaan rakentavaa palautetta, jos haluaa asioiden muuttuvan.

Toisen työssä oppimispaikan Liisa otti varman päälle. Hän hakeutui siihen samaan paikkaan, jossa oli aikaisemmin ollut töissä. ”Tiesi jo, on laadukas paikka, kaikki toimii.” Aiemmin, kun hän oli hakenut tähän Suomeen juuri rantautuneeseen yritykseen töihin, hän oli todennut yrityksen olevan ”parempi kuin olin ajatellut”.

### Tutkinnon suorittaminen

Tutkinnon suorittamisesta Liisalle oli jäänyt erittäin positiivinen kuva, vaikka hän jännittikin sitä etukäteen. Tutkintosuoritus sisälsi erilaisia kirjallisia asiakirjoja, jotka Liisa oli tehnyt itsenäisesti. ”Merkonomin tutkinnossa vaadittu ammattitaito osoitetaan kirjallisilla tehtävillä, jotka opiskelija kokoa kansioonsa” kertoi kouluttaja. Oppilaitoksen ohjaustunnit tutkintosuoritukseen Liisa koki yleisluontoiseksi. ”En itse saanut sitä, mitä olisin halunnut.” Hän oli odottanut yksilöllisempää ohjausta. Lopuksi Liisa palautti kaikki neljän tutkinnon osan tutkintosuoritukset samanaikaisesti arvioijille tutustuttavaksi näyttämättä niitä ollenkaan ohjaavalle opettajalle. Arviointikeskustelua Liisa ”jännitti ihan hirveästi, mutta se olikin hirmu rento. Ajattelin, että olisi virallisempi.” Kouluttaja kertoi, että ”työelämän arvioijina ovat samat, vakiintuneet henkilöt. Jokaiselle sovitaan vastuut, joista kyselee opiskelijalta enemmän”. Lopulta Liisa sai kaikista tutkinnon osista kiitettävän arvosanan ja hän arvosti sitä suuresti,

koska arvioijat olivat ”selvästi lukeneet kansioni, koska antoivat sellaista palautetta, että oli luettu”.

Valmistuttuaan merkonomiksi Liisa työllistyi ensimmäiseen työssä oppimispaikkaansa. Hän viihtyy siellä erittäin hyvin ja kokee, että nyt hän on tasavertainen työntekijä muiden kanssa ja saa tehdä koulutustaan vastaavaa työtä.

Liite 5: Asiakaskokemusta rakentavat affektiiviset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin aikana

Hakeutuminen	Ammattitaidon hankkiminen		Tutkinnon suorittaminen
	Valmistava koulutus	Työssä oppiminen (top)	
<p><b>Odotukset ja tavoitteet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hienoa, että sai monipuolista informaatiota</li> <li>Pettymys henkilökohtaistamiskeskusteluun</li> <li>Varmistusta tehdystä valinnoista</li> </ul> <p><b>Sosiaalinen ympäristö</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Innostunut haastattelija</li> </ul> <p><b>Tieto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Oudot kysymykset</li> <li>Positiivinen kuva haastattelutilanteesta</li> <li>Mielikuvat kouluttajista syntyvät pienistä asioista</li> </ul> <p><b>Yksilöllisyys</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Minusta ollaan kiinnostuneita (kirjoitti kaikki ylös mitä mä sanoin)</li> <li>Epävarmuus omasta opiskeluvalinnoista</li> <li>Helppo henkilökohtaistamiskeskustelu</li> <li>Tärkeää, että opiskelijasta oltiin kiinnostuneita</li> </ul>	<p><b>Odotukset ja tavoitteet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tyytyväisyys saamastaan opetuksesta</li> <li>Kiva saada opiskelijapalautetta</li> </ul> <p><b>Sosiaalinen ympäristö</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ryhmähenki</li> <li>Aikaisemman osaamisen hyödyntäminen</li> <li>Hymyilevä vahtimestari</li> <li>Tasavertainen ryhmän jäsen</li> <li>Ryhmän tyytyväisyys opetukseen</li> <li>Ryhmän sitoutuminen opiskeluun</li> </ul> <p><b>Tieto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Monipuoliset opetusmenetelmät</li> <li>Yksilöllinen palaute</li> <li>Osaavat kouluttajat</li> <li>Arvokas tieto</li> <li>Tyytyväiset opiskelijat</li> </ul> <p><b>Yksilöllisyys</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Oma tyytyväisyys opetukseen</li> <li>Ryhmän sitoutuminen opiskeluun ja sen vaikutus omaan motivaatioon</li> <li>Opettajan kunnioittaminen</li> <li>Elämäntilanteen huomioiminen</li> <li>Ryhmäläisten elämäntilanteen vaikutus</li> <li>Opetusjärjestelyt (päiväopetus)</li> <li>Pienet asiat ovat tärkeitä</li> <li>Ilmapiiriin vaikutus toimintaan</li> </ul>	<p><b>Odotukset ja tavoitteet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pettymys työtehtävien sisältöön</li> <li>Huono top-paikan valinta</li> <li>Top-aika ei ole hyvä</li> <li>Ilo monipuolisista tehtävistä</li> <li>Onnistunut top-kokemus ulkomailla</li> <li>En lannistunut, vaikka en saanut tehdä tutkinnon osassa vaadittuja tehtäviä</li> <li>Pettymys ensimmäiseen top-jaksoon</li> <li>Huoli top-kokemuksesta</li> <li>Epävarmuus tavoitteiden sisällöstä</li> </ul> <p><b>Sosiaalinen ympäristö</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Top-paikan tietämättömyys top-tavoitteista</li> <li>Top-paikan tietämättömyys opiskelijan odotuksista</li> <li>Opiskelijan sopeutumien top-kohteeseen ja ympäristöön</li> <li>Opiskelijan hienovarainen ohjaaminen</li> </ul> <p><b>Tieto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Onnistunut top-kokemus ulkomailla</li> <li>Kokemus hyödyllisyydestä</li> <li>Vastuun pakeneminen (opiskelija lähetetään top-jaksolle ilman tapaamista)</li> </ul> <p><b>Yksilöllisyys</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tärkeää on rakentavan palautteen antaminen/saaminen</li> <li>Halu keskeyttää top-jakso</li> <li>Mieleinen palaute</li> <li>Opiskelijan odotukset</li> <li>Oppimistavoitteiden puuttuminen</li> <li>Palautteen puuttuminen</li> <li>Kokonaiskokemus huono</li> <li>Hyvät opiskelijat</li> <li>Kaikki opiskelijat eivät ole yhtä urheita</li> <li>Työpaikkaohjaaja on ensikertainen</li> </ul>	<p><b>Odotukset ja tavoitteet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pettymys, koska odotukset eivät täyttyneet</li> <li>Pettymys yleisluonteiseksi koetusta ohjaustunneista</li> <li>Pettymys arvioinnista, koska ei päässyt osallistumaan ensimmäiseen arviointikeskusteluun</li> <li>Jännitys onnistumisesta</li> <li>Onnellinen omasta onnistumisesta</li> <li>Kaikki sujui todella hyvin</li> <li>Pettymys tutkintosuorituksen hylkäämisestä</li> </ul> <p><b>Sosiaalinen ympäristö</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Positiivinen kokonaiskuva</li> </ul> <p><b>Älylliset asiat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Arvostus perusteellisesta arvioinnista</li> <li>Arvostus asiantuntevasta arvioinnista</li> <li>Kannustus normaaliin toimintaan (arvioija)</li> </ul> <p><b>Yksilöllisyys</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Odotukset yksilöllisestä ohjauksesta</li> <li>Jännitti etukäteen tutkinnon suorittaminen</li> <li>Jännittävä tilaisuus</li> <li>Väsynyt, mutta onnellinen</li> </ul>

Liite 6: Asiakaskokemusta rakentavat kognitiiviset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa

Hakeutuminen	Ammattitaidon hankinta		Tutkinnon suorittaminen
	Valmistava koulutus	Työssä oppiminen (top)	
<b>Informaatio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monipuolisen informaation saaminen</li> <li>• Aikaisemman osaamisen selvittäminen (työkokemus)</li> <li>• Tarvittavan ammattitaidon hankinta (kursit, aikataulut)</li> <li>• Oppilaitoksen verkkosivut</li> <li>• Mielikuvat kouluttajista syntyvät pienistä asioista</li> </ul> <b>Neuvot</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hyvät neuvot</li> </ul> <b>Mahdollisuus vaikuttaa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutkinnon osien valinta</li> </ul> <b>Osaaminen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ei hyväksiluettavaa</li> </ul>	<b>Informaatio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Palaute</li> <li>• Tyytyväiset opiskelijat</li> <li>• Opiskelijaryhmä ei ole vastaanottavainen</li> </ul> <b>Neuvot</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opiskelu vaatii tavoitteellisuutta ja</li> <li>• Määrätietoisuutta</li> <li>• Opettajien auttamishalu</li> </ul> <b>Mahdollisuus vaikuttaa</b>	<b>Informaatio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Top-paikan pelisäännöt</li> <li>• Työyhteisön toimintatapa</li> <li>• Pieni yritys</li> <li>• Huono top -paikka → top-paikan vaihto</li> <li>• Ensikertainen työpaikkaohjaaja</li> <li>• Turvallinen työpaikkaohjaaja</li> <li>• Realistinen kuva opiskelijan sopivuudesta top-paikkaan</li> <li>• Palautteen puute</li> <li>• Rakentava palaute</li> <li>• Koulun antama opetus</li> </ul> <b>Neuvot</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etukäteen ei voi tietää, millainen top-paikka on</li> <li>• Oma vastuu</li> <li>• Rakentavan palautteen antaminen</li> <li>• Hyvän top-kokemuksen merkitys</li> <li>• Työpaikkaohjaajan tulee luottaa omaan osaamiseen</li> </ul> <b>Mahdollisuus vaikuttaa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omatoimisuus,</li> <li>• Oma-aloitteisuus,</li> <li>• Tavoitteellinen oppiminen</li> <li>• Aikaisemman kokemuksen hyödyntäminen top-paikan valinnassa</li> <li>• Itseopiskelu kotona</li> <li>• Tyytyväisyys top-paikkaan</li> <li>• Rakentava palaute</li> </ul> <b>Osaaminen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omien rajojen koetteleminen</li> <li>• Vaativat työtehtävät ja niistä selviytyminen</li> <li>• Vieraan maan työ- ja tapakulttuuri</li> <li>• Työkokemus ulkomailta</li> <li>• Pyydettiin yrityksen esimiehiksi</li> <li>• Tyytyväisyys opiskelijan osaamiseen</li> <li>• Osaava opiskelija</li> <li>• Koulun antama opetus</li> <li>• Työpaikkaohjaajan tehtävä on vaativa</li> </ul>	<b>Informaatio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retkelle osallistuvien aplodit</li> <li>• Arvioijien kiinnostuneisuus itsearviointista</li> <li>• Tutkintosuoritus on iso työ</li> <li>• Kiitettävä arvosana</li> <li>• Hoiti yrityksen ainoana työntekijänä kahvilatoimintaa</li> <li>• Itsenäinen työskentely</li> <li>• Tutkinnon suorittaminen sujui hyvin</li> </ul> <b>Neuvot</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tee niin kuin olet aina tehnyt</li> </ul> <b>Mahdollisuus vaikuttaa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Näyttää osaamisensa</li> </ul> <b>Osaaminen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutkintosuorituksen toteuttaminen</li> <li>• Päiväretken järjestäminen</li> <li>• Tutkinnossa vaadittu osaaminen</li> </ul>

Liite 7: Asiakaskokemusta rakentavat sosiaaliset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa

Hakeutuminen	Ammattitaidon hankinta		Tutkinnon suorittaminen
	Valmistava koulutus	Työssä oppiminen (top)	
<b>Oppilaitoksen järjestämät tilaisuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• valintatilaisuus</li> <li>• Opon info</li> <li>• Haastattelutilanne</li> <li>• Henkilökohtaistamiskeskustelu</li> <li>• <b>Opiskelijakeskustelut</b></li> </ul> <b>Asiakkaiden väliset vuorovaikutustilanteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kavereiden kokemukset</li> </ul>	<b>Oppilaitoksen järjestämät tilaisuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ryhmähenki</li> <li>• Ryhmähengen luominen</li> <li>• Vierailukäynnit alan yrityksiin</li> <li>• Toiminnalliset opetusmenetelmät</li> </ul> <b>Asiakkaiden väliset vuorovaikutustilanteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erilaiset ryhmätyöt (näytteleminen, oppimistehtävät)</li> <li>• Ryhmän sitoutuminen opiskeluun</li> <li>• Ryhmähenki</li> <li>• Ryhmän sisäinen ilmapiiri</li> <li>• Ryhmähengen luominen</li> <li>• Tasavertainen ryhmän jäsen</li> <li>• Suosittelu</li> </ul>	<b>Oppilaitoksen järjestämät tilaisuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Top-pelissäntöihin tutustuminen yhdessä (ope)</li> <li>• Yhteinen palaveri</li> <li>• Open ja työpaikkaohjaajan yhteistyö</li> <li>• Kolmikannan perehdyttäminen top- tavoitteisiin</li> </ul> <b>Asiakkaiden väliset Vuorovaikutustilanteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Työntekijöiden työn seuraaminen</li> <li>• Yhteistyö työyhteisössä</li> <li>• Yhteistyö erilaisten ihmisten kanssa</li> <li>• Puheeksiottaminen</li> <li>• <b>Vuorovaikutustilanteet</b></li> <li>• <b>Työpaikkaohjaajan ja opiskelijan ensikohtaus</b></li> <li>• <b>Työyhteisön toimintakulttuuri</b></li> <li>• <b>Yhteistyö erilaisten ihmisten kanssa</b></li> <li>• <b>Ohjaustilanteet</b></li> </ul>	<b>Oppilaitoksen järjestämät tilaisuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolmikannan arviointikeskustelu</li> <li>• Ohjaustunti</li> </ul> <b>Asiakkaiden väliset vuorovaikutustilanteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retkelle osallistuneet asiakkaat</li> </ul>

Liite 8: Asiakaskokemusta rakentavat fyysiset tekijät ryhmittelynä tutkimustuloksista nousseiden teemojen mukaisesti näyttötutkintoprosessin eri vaiheissa

Hakeutuminen	Ammattitaidon hankinta		Tutkinnon suorittaminen
	Valmistava koulutus	Työssä oppiminen	
<b>Fyysiset tekijät ja tuotteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oppilaitoksen verkkosivuilla käyminen</li> <li>• Hakemuksen täyttäminen</li> <li>• Opolle soittaminen</li> <li>• Osallistuminen valintainfoon</li> <li>• Infotilaisuuteen osallistuminen</li> <li>• Haastattelutilanne</li> <li>• Henkilökohtaistamiskeskustelu</li> <li>• Vaaleatukkainen haastattelija</li> </ul> <b>Teknologia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PuMarjan</li> <li>• Oppilaitoksen verkkosivut</li> </ul> <b>Toimintatavat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vaikuttamismahdollisuus Henkilökohtaistamissuunnitelman laadinnassa</li> <li>• Valintainfoon osallistuminen</li> <li>• Haastattelijan toiminta (muistiinpanojen kirjoittaminen)</li> <li>• Opiskelijan kuunteleminen</li> <li>• Valintainfoon osallistuminen</li> <li>• Haastattelutilaisuuteen osallistuminen</li> <li>• Henkilökohtaistamiskeskusteluun osallistuminen</li> </ul>	<b>Fyysiset tekijät ja tuotteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Palaute tuntiaktiivisuudesta</li> <li>• Oppimistapahtumat</li> <li>• Luokkahuoneopetus</li> <li>• Poissaolot → keskeyttäminen</li> <li>• Yksilöllinen palaute oppimistehtävistä</li> <li>• Suosittelu</li> <li>• Vierailukäynnit alan yrityksiin</li> <li>• Opettajan kokemukset</li> <li>• Opetusmateriaali</li> <li>• Osaavat opet</li> </ul> <b>Teknologia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sähköposti</li> <li>• Sähköiset bussi- ja juna-aikataulut</li> </ul> <b>Toimintatavat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monipuoliset opetusmenetelmät (näytteleminen, oppimistehtävät)</li> <li>• Opettajan kyky tarttua keskeytysuhan alla olevaan opiskelijaan</li> <li>• Ryhmäytyminen</li> </ul>	<b>Fyysiset tekijät ja tuotteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Top-työtehtävät</li> <li>• Asiakkaiden ja työtehtävien vähäisyys</li> <li>• Monipuolinen työ</li> <li>• Ensimmäinen top-jakso</li> <li>• Toinen top-jakso</li> <li>• Pieni yritys</li> <li>• Top-ohjauksen puute</li> <li>• Ohjaussuhde</li> <li>• Yhteydenottokeskustelu</li> <li>• Ulkomailla työskentely</li> </ul> <b>Teknologia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sähköposti</li> </ul> <b>Toimintatavat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Työtehtävistä sopiminen</li> <li>• Palautteenkerääminen</li> <li>• Top-sääntöjen läpikäynti</li> <li>• Yhteiset palaverit</li> <li>• Top-paikan toimintatapa</li> <li>• Top-paikan työympäristön varmistaminen</li> <li>• Opiskelijan ja työpaikkaohjaajan vuorovaikutus</li> <li>• Työpaikkaohjaajan perehdyttäminen top-tavoitteisiin</li> <li>• Palautteen antaminen</li> </ul>	<b>Fyysiset tekijät ja tuotteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ohjaustunnit</li> <li>• Ensimmäinen tutkintosuoritus</li> <li>• Toinen tutkintosuoritus</li> <li>• Kirjalliset asiakirjat</li> <li>• Toiminnalliset tehtävät</li> <li>• Päiväretken järjestäminen</li> <li>• Tutkintotilaisuus</li> <li>• Arviointikeskustelu</li> <li>• Arvioijat</li> </ul> <b>Teknologia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skype -yhteys</li> </ul> <b>Toimintatavat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arvioijat ovat vakiintuneita henkilöitä</li> <li>• Jokaisella arvioijalla on oma vastuu</li> <li>• Vakiintuneet toimintatavat</li> <li>• Arviointikeskustelu</li> <li>• Arviointikriteereihin perehdyttäminen</li> </ul>

Liite 9: Oman tavoitteen asettaminen ja toimintasuunnitelma

Tavoite	Tutkinto:	Tutkinto valmis:	
Osatavoite	Tutkinnon osa:	Tutkinnon osa valmis:	
<b>Mitä asioista tekemällä pääsen tavoitteeseeni:</b>			
1. Aikataulu	Varaa kalenteristasi aika, jolloin hoidan opiskeluasioitani	viikontähti kellon aika	
2. Opiskeluun sitoutuminen	valmistavaan koulutuksen osallistuminen oppimistehtävien suorittaminen työssä oppimisen suorittaminen työssä oppimisen suunnitelman laatiminen tutkintosuunnitelman laatiminen tutkintosuorituksen suorittaminen	päivämäärä päivämäärä päivämäärä päivämäärä päivämäärä päivämäärä	
<b>Mitä vaikeuksia tai esteitä saatat kohdata ja miten ne ratkaist:</b>			
3. Vaikeudet ja esteet			
4. Miten ratkaist, keneltä saat apua			
<b>Miten palkitsen tavoitteeseen pääsemisen</b>			
Välitavoite			
Tavoite			